

Г.В. Калинина, д.филос.н., к.э.н., **В.В. Андреев**, д.и.н.,
Т.Я. Сильвестрова, д.филос.н., к.э.н.,
Чебоксарский кооперативный институт (филиал)
Российского университета кооперации,
г. Чебоксары, Российская Федерация

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА РОССИИ*

Аннотация

Раскрыты перспективы развития потенциала кооперативного сектора на примере потребительской кооперации России на современном этапе. Рассмотрены особенности потребительской кооперации как самостоятельного социально-экономического и политического явления. Изучены причины региональной дифференциации становления потребительской кооперации. Проанализирована отраслевая структура потребительских союзов Центросоюза Российской Федерации по совокупному объему деятельности за 2008 – 2013 гг. и определена доля деятельности потребительских союзов по округам в общих показателях деятельности системы Центросоюза Российской Федерации за 2010 - 2013 гг. Сформулированы стратегические и текущие задачи, стоящие перед системой в условиях глобализации. Определено, что потребительская кооперация остается одним из немногих реальных инструментов воздействия на развитие территории и в связи с этим нуждается в формировании концепции устойчивого развития, основанной на социальном и экономическом партнерстве представителей различных форм собственности.

Ключевые слова: кооперативный сектор экономики, потребительская кооперация, диверсификация, модернизация, потенциал развития потребительской кооперации России.

Г.В. Калініна, д.філос.н., к.е.н., **В.В. Андреев**, д.і.н.,
Т.Я. Сильвестрова, д.філос.н., к.е.н.,
Чебоксарський кооперативний інститут (філія)
Російського університету кооперації,
м. Чебоксари, Російська Федерація

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРУ РОСІЇ

Анотація

Розкрито перспективи розвитку потенціалу кооперативного сектора на прикладі споживчої кооперації Росії на сучасному етапі. Розглянуто особливості споживчої кооперації як самостійного соціально-економічного та політичного явища. Вивчено причини регіональної диференціації становлення споживчої кооперації. Проаналізовано галузева структура споживчих спілок Центросоюзу Російської Федерації за сукупним обсягом діяльності за 2008-2013 рр. і визначена частка діяльності споживчих спілок за округами в загальних показниках діяльності системи Центросоюзу Російської Федерації за 2010-2013 рр. Сформульовано стратегічні та поточні завдання, що стоять перед системою в умовах глобалізації.

* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ проекта № 15-02-00236 «Проблемы обеспечения экономической безопасности кооперативного сектора в контексте реиндустриализации российской экономики».

Визначено, що споживча кооперація залишається одним з небагатьох реальних інструментів впливу на розвиток території та у зв'язку з цим потребує формування концепції сталого розвитку, яка заснована на соціальному та економічному партнерстві представників різних форм власності.

Ключові слова: кооперативний сектор економіки, споживча кооперація, диверсифікація, модернізація, потенціал розвитку споживчої кооперації Росії.

Вступление. Цель современной экономической политики Российского государства - формирование социально ориентированной рыночной экономики. Составной частью рыночной экономики страны, объединяющей некоммерческие организации, является потребительская кооперация - потребительские общества и их союзы, которым разрешено заниматься коммерческой деятельностью (торговлей, общественным питанием, сельским хозяйством, заготовками, производством и др.). В этом смысле потребительская кооперация является важным элементом рыночной экономики и генератором ее структурной перестройки.

В настоящее время потребительская кооперация медленно адаптируется к сложным и динамичным изменениям внешней среды и ее вклад по-прежнему не соизмерим не только с уровнем развитых стран, но и значительно дифференцирован по регионам России. Это обусловлено отсутствием четкого представления места и роли потребительской кооперации в формируемой модели развития, способной обеспечить гармоничное развитие человека и природы на инновационной основе на долгосрочную перспективу. Отсюда слабая увязка программ социально-экономического развития территорий и целей развития потребительской кооперации в регионах, недостаточная ясность задач ее развития, трудности в определении эффективности ее деятельности. Она не рассматривается в качестве самостоятельного фактора устойчивого развития, хотя происходящие кардинальные изменения в России обогащают само понятие «потребительская кооперация» и требуют соответствующей оценки ее потенциала в аспектах современных императивов внешней среды функционирования. В контексте данного исследования под потенциалом потребительской кооперации понимается диалектическое единство экономического и социального потенциалов мультиплицированных в категории качества жизни сельского населения [5, 6].

Постановка проблемы заключается в необходимости обоснования перехода системы потребительской кооперации из ее настоящего состояния в желаемое будущее состояние на основе оценки ее потенциала, а также получения преимуществ от сбалансированной реакции системы на происходящие текущие изменения и порождаемые ими возможности.

Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует о недостаточном внимании к интересам организаций потребительской кооперации, с одной стороны, и уверенности в возможности эффективного самостоятельного существования организаций потребительской кооперации вне единой системы, с другой стороны. Представляется, что неконтролируемые дезинтеграционные процессы – весьма опасное явление и может привести к исчезновению потребительской кооперации как единой системы и важного элемента социально-экономического механизма России. Организации потребительской кооперации в среднесрочной и долгосрочной перспективе могут полностью утратить конкурентные преимущества, основанные на масштабах и системном единстве. Сошлемся на цитату авторов работы «Нужна ли философии еще одна категория?», в которой определяется сущностный смысл кооперации как единой системы, в частности отмечается, что «...кооперация как целое в статичности... подчеркивает совместимость единичных и общих структурных компонентов в системе, их согласованность, приведших ее к целостности, которую сосредотачивает в себе особенное...», «кооперация – это содействие, т.е. совокупность согласованных и взаимосвязанных по цели действий...» [7, с. 85] и, далее по тексту «Что важнее для сохранения автономности системы - открытость или закрытость? Автономность часто отождествляют с закрытостью системы и противопоставляют ее открытости. В действительности автономность есть единство закрытости и открытости. Для каждой конкретной системы в каждой конкретной ситуации мера открытости и замкнутости системы предопределена фактором их синхронизма. При соответствующей открытости любые глобальные возмущения среды, любые экспансивные воздействия не в состоянии разрушить структуру системы, а значит, и ее автономность» [7, с. 89].

Отметим, что основы развития кооперации в исторической ретроспективе широко представлены в работах отечественных и зарубежных мыслителей Р. Оуэна, К. А. Сен-Симона, Ш. Фурье, М. И. Туган-Барановского, В. С. Садовского, А. В. Чаянова, Н. Д. Кондратьева, Л. В. Канторовича. Современные проблемы развития кооперативного сектора рыночной экономики раскрыты А. Р. Бернвальдом, В. Ф. Ермаковым, А. К. Семеновым, В. И. Тепловой, А. М. Фридманом, Т. Г. Храмцовой, М. Бенуа, Р. Пуарелем, Д. Фиш и др. Авторы данной научной разработки Г. В. Калинина, Т. Я. Сильвестрова, В. В. Андреев на протяжении многих лет занимаются проблемами развития потребительской кооперации на региональном уровне и осуществляют теоретические и прикладные изыскания в этой

области в рамках проектов, поддерживаемых Российским гуманитарным научным фондом [1-7; 10]. Основная направленность исследований: теоретико-методологические основы стратегического развития кооперативного сектора экономики в контексте глобализации, проблемы обеспечения экономической безопасности кооперативного сектора в контексте реиндустриализации российской экономики, параметры инновационного потенциала кооперативного сектора рыночной экономики и др.

Цель исследования состоит в постановке и решении научной проблемы теоретического обоснования новых возможностей использования потенциала потребительской кооперации, обусловленной структурной перестройкой российской экономики на основе инновационного возрождения промышленности и развития человеческого капитала. Применительно к постиндустриальному этапу общественного развития необходимо актуализировать роль кооперации в экономике страны, предложить решение специфических проблем их функционирования, обусловленных необходимостью совмещения социально ориентированного и рыночного подходов.

Изложение основного материала. Кооперативный сектор в рыночной экономике России представлен различными формами кооперативных организаций. Общими их признаками являются кооперативная форма собственности, принципы и ценности международного кооперативного движения, осуществление коммерческой деятельности в соответствии с кооперативной моделью бизнеса в интересах своих членов. Подобные формы являются уникальным интернациональным явлением человеческой деятельности, прочно утвердились в экономиках развитых стран, позволяют развивать взаимовыгодное международное сотрудничество. В большинстве стран Западной Европы, Северной Америки и в Японии кооперативный сектор занимает прочное место в экономике. Кооперативная собственность находится в постоянном развитии, гибко реагирует на вызовы глобализирующейся экономики, позволяет преодолеть различие интересов наемных работников и собственников, обладает потенциалом для создания новых рабочих мест и защиты продуктивной занятости. В современных условиях кооперация развивается, по мнению ученых и практиков, под воздействием различных факторов. Основными из которых видятся: кооперативная идеология, накопленный исторический опыт, современные тенденции и перспективы развития экономики как в целом, так и кооперации, в частности. В настоящее время на кооперативы приходится около 100 млн. рабочих мест, значительная

часть которых сосредоточена в странах с рыночной экономикой (Германия, Великобритания, Италия, Испания, Франция, Япония, Швеция, Финляндия).

Существенную нишу кооперативной экономики Российской Федерации занимает потребительская кооперация. Потребительская кооперация России как самостоятельное социально-экономическое и политическое явление существует уже более 100 лет и имеет очевидные особенности: объединена системой Центросоюза Российской Федерации; является региональным феноменом, ориентирована на поддержку национальных традиций и сохранение традиций самобытности; существует как эксклюзивная многоотраслевая структура; осуществляет подготовку кадров для системы через собственные высшие и средние специальные учебные заведения; обладает экономическим эффектом деятельности с ярко выраженной социальной значимостью и т.д.

Организации потребительской кооперации обеспечивают работой 198,8 тыс. человек. Совокупный объем деятельности системы в 2013 г. составил 3749,8 млн. руб., в том числе доля оборота розничной торговли и общественного питания – 73,4 %; оптового оборота – 4,2 %; закупок сельскохозяйственной продукции и сырья – 9,4 %; производства промышленной продукции – 8,3 %; платных услуг населению – 1,9 % (сложившаяся устойчивая отраслевая структура потребительской кооперации представлена в табл. 1). Анализ совокупного объема деятельности потребительской кооперации за последние 6 лет (2008-2013 гг.) свидетельствует о том, что он имеет постоянную тенденцию к росту и составил 30% (в среднем 5% в год) при общем медленном улучшении качества деловой среды в РФ (темпы прироста ВВП 4,03 % и 1,3 % в 2010 и 2013 годах, соответственно) [1, с. 3-8; 2, с. 172-178; 3, с. 383-392].

Количество крупных потребсоюзов по системе Центросоюза Российской Федерации с объемом совокупного дохода (СОД) выше 3,5 млрд. рублей увеличилось на 20% в 2013 г. по сравнению с 2008 г. За этот же период совокупный объем деятельности этих потребсоюзов увеличился в 1,25 раза. На сегодняшний день доля крупных потребсоюзов в системе ЦС РФ составляет 40% с удельным весом совокупного дохода в общем значении этого показателя по системе в целом – 73 %. В 2008 году эти значения составляли 30% и 64% соответственно [3, с. 172-178]. В отраслевой диверсификации потребсоюзов с совокупным объемом деятельности более 3,5 млрд. руб. характерны хорошо развитые розничная и оптовые сети, а также интеграционные процессы в целом. Тем не менее, в отраслевой структуре потребсоюзов этой группы

наметилась тенденция снижения доли розничной торговли и увеличение доли закупочной деятельности сельхозпродуктов и сырья. Оптовый оборот в основном наращивается в потребсоюзах с объемом деятельности 3-5 млрд. рублей. Доля потребсоюзов с совокупным объемом до 1 млрд. рублей также существенна. В структуре деятельности этих потребсоюзов преобладают заготовительная и производственная деятельность, услуги, предоставляемые населению. В отраслевой структуре потребсоюзов этой группы также наметилась тенденция снижения доли розничной торговли в совокупном объеме деятельности.

Таблица 1

Отраслевая структура потребсоюзов Центросоюза Российской Федерации по совокупному объему деятельности (СОД) за 2008-2013 гг.

Потребсоюзы Центросоюза Российской Федерации по СОД, млн. руб.	Средние показатели структуры совокупного объема деятельности по соответствующей группе потребсоюзов по годам																	
	Оборот розничной торговли, %			Оборот общественного питания, %			Оптовый оборот, %		Закупки сельхоз-продуктов и сырья, %		Объем промышленной продукции, %		Платные услуги населению, %					
	2008	2013	откл. (+,-)	2008	2013	откл. (+,-)	2008	2013	откл. (+,-)	2008	2013	откл. (+,-)	2008	2013	откл. (+,-)			
от 3500	71,9	68,5	-3,4	6,1	6,1	0,0	5,0	+0,1	7,7	9,6	+1,9	8,5	7,9	-0,6	0,9	0,7	-0,2	
средние	67,7	66,5	-1,2	6,0	7,1	+1,1	2,2	-1,2	9,9	8,9	-1,0	11,1	9,6	-1,5	1,9	1,6	-0,3	
до 1000	65,1	59,2	-5,9	4,5	4,0	-0,5	4,3	-1,0	12,3	15,1	+2,8	11,4	8,4	-3,0	2,4	5,2	+2,8	
Среднее значение по Центросоюзу Российской Федерации	69,3	67,2	-2,1	6,1	6,2	+0,1	4,7	4,23	0,47	8,4	9,4	+1,0	9,5	8,3	-1,2	1,9	1,92	+0,02

Отличие системы потребительской кооперации Российской Федерации состоит в том, что она неравномерно представлена в федеральных округах и регионах. Более половины предприятий потребительской кооперации сосредоточено в трех округах Российской Федерации: Приволжском, Центральном и Северо-Западном (табл. 2). Округа сильно различаются по удельному весу занятых на предприятиях системы: если в Приволжском федеральном округе работает 33,6 % от всех занятых в потребительской кооперации, то в Дальневосточном их доля в 10 раз

**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**

меньше – 3,2%. Такое распределение числа предприятий в целом укладывается в общую картину размещения населения и хозяйства России.

Можно выделить некоторые причины региональной дифференциации становления потребительской кооперации: изначальное различие ресурсного и предпринимательского потенциалов регионов; региональная политика начала реформ, проводимая с целью достижения самообеспеченности; специфика формирования платежеспособного спроса и состояние внутреннего регионального рынка. Представляется, что экономические проблемы, стоящие перед современной российской кооперацией, можно разделить на две группы: общие проблемы, характерные для предприятий российской экономики; проблемы потребительской кооперации, вытекающие из ее специфичных целей. Несмотря на существующие проблемы, для региональной административной власти потребительская кооперация остается одним из немногих реальных инструментов воздействия на развитие территории и в связи с этим нуждается в формировании концепции устойчивого развития, основанной на социальном и экономическом партнерстве представителей различных форм собственности.

Таблица 2

Доля деятельности потребсоюзов по округам в общих показателях деятельности системы Центросоюза Российской Федерации за 2010-2013 гг., (%)*

Показатели	ЦС	Доля потребсоюзов федерального округа в деятельности системы Центросоюза Российской Федерации							
		Приволжский	Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Численность пайщиков									
2010	100,0	27,1	13,6	12,2	5,7	25,0	4,8	9,1	2,0
2013	100,0	24,5	12,1	13,8	4,1	31,1	5,7	6,6	2,1
Совокупный объем деятельности									
2010	100,0	33,0	18,6	16,7	6,4	2,2	6,0	12,4	3,5
2013	100,0	36,8	18,6	14,8	4,6	1,8	6,1	12,5	3,3
Численность работающих									
2010	100,0	32,6	16,9	14,2	8,3	3,2	5,9	13,4	2,3
2013	100,0	33,6	15,7	13,9	6,0	3,5	6,1	14,0	3,2

* Составлено авторами на основе данных Центросоюз РФ (URL: <http://www.rus.coop>) и Федеральной службы государственной статистики РФ (URL: <http://www.gks.ru>) [8,9]

Перед системой потребительской кооперации стоят следующие задачи.

1. Проведение политики диверсификации как способа сохранения и поддержания конкурентоспособности организаций и условия более успешной реализации социальной миссии и социальной ответственности кооперативов в глобальной экономике. Основным видом диверсификации, которая в настоящее время активно реализуется в системе потребительской кооперации Российской Федерации, является конгломератная или несвязанная диверсификация, состоящая в присоединении новых отраслей и видов деятельности, имеющих высокую рентабельность.

2. Разработка методологических подходов к определению оптимального социально диверсифицированного объема деятельности организаций потребительской кооперации, под которым понимаем желаемый масштаб функционирования организации (объем действующего капитала), позволяющий реализовать программные мероприятия диверсификации и социальной поддержки населения [6].

3. Осуществление модернизации, технического перевооружения системы и значительного обновления материально-технической базы. Система должна продумать возможность сохранения значительных инвестиционных ресурсов, необходимых для радикального обновления основных капитальных благ. Важным источником для накопления таких ресурсов может служить сокращение инвестиций в эти блага после определенного насыщения потребности в них.

4. Обоснование регионального кластера и определение места системы потребительской кооперации в нем. При этом важно вписаться в региональный вектор развития и участвовать в формировании инновационного климата региона. Наилучшие условия и возможности для реализации кластерной политики могут быть достигнуты при организации сети кооперативов по производству, переработке, реализации продукции. Учредителями таких кооперативов должны быть, прежде всего, сельскохозяйственные товаропроизводители, а также представители перерабатывающих предприятий, профессиональных образовательных учреждений, бизнеса, заводов-изготовителей технологического оборудования, органы местного самоуправления. Как следствие, необходима разработка концептуальной модели устойчивого развития потребительской кооперации в формате территориального предпринимательского кластера.

5. Формирование целостной конкурентной стратегии предприятий кооперативного сектора.

Выводы. Таким образом, из сделанных утверждений следует, что препятствия в развитии потребительской кооперации имеют комплексный,

системный характер, что осложняет их устранение или снижение их влияния и требуют адекватного подхода. Представляется, что для того чтобы обеспечить положительную динамику развития потребительской кооперации России, система Центросоюза Российской Федерации должна расширять и совершенствовать множество факторов своего развития, которые выступали бы в качестве эволюционной формы преобразования капитала и служили бы базой для создания новых хозяйственных отношений.

Опыт функционирования системы потребительской кооперации России уместно рассматривать в качестве уникальной формы хозяйствования, а положительные наработки возможно использовать во всех видах бизнеса.

Список использованных источников:

1. Андреев В. В. Система потребительской кооперации в условиях вступления России в ВТО / В. В. Андреев, Г. В. Калинина, Т. Я. Сильвестрова // Вестник Российского университета кооперации. – Чебоксары. 2012. № 1(7). – С. 3 - 8.
2. Андреев В. В. Общесистемные положения конкурентоспособности потребительской кооперации в контексте общемировых тенденций / В. В. Андреев, Г. В. Калинина // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – Мытищи, 2012. – №5, (сентябрь-октябрь). – С.19-23.
3. Калинина Г. В. Диверсификация потребительской кооперации как фактор экономического роста в долгосрочной перспективе / Г. В. Калинина, Т. Я. Сильвестрова, В. В. Андреев, Т. А. Церфус // Вестник Чувашского университета. Гуманитарные науки. – Чебоксары, 2014. – №3. – С. 172 - 178.
4. Калинина Г.В. Императивы внешней среды функционирования потребительской кооперации / Г. В. Калинина, Е. Н. Кузнецов, В. В. Андреев // Вестник Чувашского университета. Гуманитарные науки. – Чебоксары, 2012. – №4. – С.383-392.
5. Калинина Г. В. Параметры инновационного потенциала кооперативного сектора рыночной экономики / Г. В.Калинина, Т. Я. Сильвестрова // Развитие инновационного потенциала научных исследований кооперативного сектора экономики: Материалы Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов Российского университета кооперации по итогам научно-исследовательской работы в 2011 г. Часть I. – Ярославль-Москва: Издательство «Канцлер», 2012. – С. 146-153.
6. Калинина Г. В. Исследование качества развития потребительской кооперации методами многомерного анализа / Г. В. Калинина // Золотой фонд научных трудов ученых Российского университета кооперации: Сборник научных трудов. – Ярославль-Москва: Издательство «Канцлер», 2012. – С.74-83.
7. Исмуков Н. А. Нужна ли философии еще одна категория? / Н. А. Исмуков, Т. Я. Сильвестрова, Г. В. Калинина // Вестник Чувашского университета. Гуманитарные науки. – Чебоксары, 2012. – №1. – С.84-90.
8. Официальный сайт Центросоюза РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.rus.coop/press_center/news/detail.php?ID=2669.
9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.gks.ru>
10. Калинина Г.В. Стратегические ориентиры развития кооперативного сектора в условиях глобализации мировой экономики: монография / Г. В. Калинина, Л. П. Федорова, О. В. Литвинова, А. М. Калинин. –Чебоксары: ЧКИ (филиал) РУК, 2014. – 143 с.

Galina Kalinina, Doctor of Philosophy Sciences,
Candidate of Economic Sciences,

Valerij Andreev, Doctor of History Sciences,

Tamara Silvestrova, Doctor of Philosophy Sciences,
Candidate of Economic Sciences

Cheboksary Cooperative Institute (branch) of the Russian University
of Cooperation, Cheboksary, Russian Federation

**PROSPECT FOR THE DEVELOPMENT OF THE SOCIAL AND ECONOMIC
POTENTIAL OF COOPERATIVE SECTOR IN THE CONDITIONS
OF RUSSIA**

Annotation

The features of the state and development of consumer cooperation of Russia at the present stage. The features of consumer cooperatives as an independent socio-economic and political phenomenon. Examine the reasons for the formation of regional differentiation of Consumer Cooperatives. Analyzed the sectoral structure of Consumers Unions Centrosoyuz the Russian Federation in terms of aggregate performance for 2008 - 2013 years. and determined the proportion of the activities of consumer associations in the districts in the overall performance of the system Centrosoyuz the Russian Federation for 2010 - 2013 years. Formulated the strategic and operational challenges facing the system in the context of globalization. Determined that the consumer cooperation remains one of the few real instruments of influence on the development of the area and therefore needs to shape the concept of sustainable development based on social and economic partnership representatives of various forms of ownership.

Keywords: cooperative sector of the economy, consumer cooperatives, diversification, modernization, development potential of Russian consumer cooperatives.

References:

1. Andreev, V.V., Kalinina, G.V., Silvestrova, T.Ya. (2012). The system of consumer cooperatives in the context of Russia's WTO. *Vestnik Rossijskogo universiteta kooperacii [Bulletin of the Russian University of Cooperation]*, vol. 1 (7), pp. 3-8 (in Russ.).

2. Andreev, V.V., Kalinina, G.V. (2012). System-wide competitive position of consumer cooperatives in the context of global trends. *Fundamental'nye i prikladnye issledovanija kooperativnogo sektora jekonomiki [Basic and applied research cooperative sector]*, vol. 5, pp. 19-23 (in Russ.).

3. Kalinina, G.V., Silvestrova, T.Ya., Andreev, V.V., Cerfus, T.A. (2014). Diversification of consumer cooperation as a factor of economic growth in the long term. *Vestnik Chuvashskogo universiteta. Gumanitarnye nauki [Bulletin of the Chuvash University. Humanities]*, vol. 3, pp. 172-178 (in Russ.).

4. Kalinina, G.V., Kuznecov, E.N., Andreev, V.V. (2012). Imperatives of the environment functioning of Consumer Cooperatives. *Vestnik Chuvashskogo universiteta. Gumanitarnye nauki [Bulletin of the Chuvash University. Humanities]*, vol. 4, pp. 383-392 (in Russ.).

5. Kalinina, G.V., Silvestrova, T.Ya. (2012). Parameters of the innovation potential of the cooperative sector of the market economy. *Razvitie innovacionnogo potenciala nauchnyh issledovanij kooperativnogo sektora jekonomiki. Materialy Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii professorsko-prepodavatel'skogo sostava, sotrudnikov i aspirantov Rossijskogo universiteta kooperacii po itogam nauchno-issledovatel'skoj raboty v 2011 g. [The development of innovative*

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

research capacity of the cooperative sector of the economy. Proceedings of the International Scientific Conference of the faculty, staff and graduate students of the Russian University of Cooperation on the results of the research work in 2011]. Yaroslavl-Moscow, Russia, pp. 146-153 (in Russ.).

6. Kalinina, G.V. (2012). Quality Study of Consumer Cooperatives methods of multivariate analysis. *Zolotoj fond nauchnyh trudov uchenyh Rossijskogo universiteta kooperacii. Sbornik nauchnyh trudov* [Gold fund scientific works of scientists of the Russian University of Cooperation. Collection of scientific papers]. Yaroslavl-Moscow, Russia, pp. 74-83 (in Russ.).

7. Ismukov, N.A. Silvestrova, T.Ya., Kalinina, G.V. (2012). Do philosophy is another category? *Vestnik Chuvashskogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [Bulletin of the Chuvash University. Humanities], vol. 1, pp. 84-90 (in Russ.).

8. Official website of the Russian Federation Centrosoyuz. Available at: URL: http://www.rus.coop/press_center/news/detail.php?ID=2669 (in Russ.).

9. Official website of the Federal Service of State Statistics of Russia. Available at: URL: <http://www.gks.ru> (in Russ.).

10. Kalinina, G.V., Fedorova, L.P., Litvinova, O.V., Kalinin, A.M. (2014). *Strategicheskie orientiry razvitiya kooperativnogo sektora v uslovijah globalizacii mirovoj jekonomiki* [Strategic guidelines for the development of the cooperative sector in a globalizing world economy]. Cheboksary, 143 p. (in Russ.).



УДК 339.138

**П.І. Шилепницький, д.е.н.,
Д.Г. Михайлина, к.е.н.,
В.В. Кушнерик,**

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича,
м. Чернівці

РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО МАРКЕТИНГУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Анотація

Стаття розкриває роль держави у формуванні ефективної системи маркетингових засобів забезпечення глобальної конкурентоспроможності національного туристичного продукту. Підкреслено динамічність і стійкість розвитку міжнародної туристичної індустрії, що забезпечує значну частку світового ВВП і зайнятості. При цьому відзначено, що очевидна вагомість її для розвитку національної економіки поряд із загостренням глобальної конкурентної боротьби вимагає пошуку дієвих маркетингових засобів просування національного туристичного продукту. Дослідження висвітлює пріоритетність держав та державно-приватних структур у провідних країнах у вирішенні цих завдань, які охоплюють передовсім такі напрямки, як: створення позитивного іміджу країни; підтримка процесу комунікації туристичної дестинації із зовнішнім оточенням, включаючи міжнародний рівень; створення закордонних представництв; участь у міжнародних туристичних програмах; забезпечення масштабних суспільних заходів тощо.

Ключові слова: глобальна конкурентоспроможність, національний брендинг, туристична дестинація, туристичний продукт, туристичний маркетинг.