

ОБСЛУГОВУЮЧИЙ КООПЕРАТИВ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ БАЛАНСУ ІНТЕРЕСІВ ОСІБ З РІЗНИМИ ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОБЛЕМАМИ

Акцентовано увагу на здатності обслуговуючих кооперативів поєднувати інтереси осіб із різними економічними інтересами, зокрема вкладників і позичальників, дрібних виробників та споживачів. Підкреслено, що запорукою балансу таких інтересів є спільне бажання названих категорій виробників і споживачів не бути клієнтами нецивілізованих посередників. Теоретичні положення підкріплено прикладами з практики ощадно-позичкових та кооперативів гібридного типу.

Ключові слова: кооперативна організація, ощадно-позичкове товариство, кооператив гібридного типу, виробники, споживачі, посередники.

Panteleimonenko A.

SERVICE COOPERATIVE AS A WAY TO BALANCE THE INTERESTS OF INDIVIDUALS WITH DIFFERENT ECONOMIC PROBLEMS

The ability of service cooperatives to combine the aspirations of individuals with different economic interests, particularly depositors and lenders, small producers and consumers is emphasized. The attention is paid that the key to the balance of such interests is a common desire of producers' and consumers' mentioned categories not to be the clients of uncivilized intermediaries. Theoretical statements are supported by the examples from practice of loan and lend- and hybrid cooperatives.

Keywords: cooperative organization, loan and lend association, hybrid cooperative, producers, consumers, intermediaries.

Постановка проблеми. Широковідомо, що за допомогою обслуговуючих кооперативів їхні власники, тобто члени (пайовики), можуть вирішувати найрізноманітніші економічні проблеми. Такі кооперативи традиційно створюються особами для спільного вирішення певної економічної проблеми, в умовах, коли діючі суб'єкти господарювання не можуть запропонувати виробникам чи споживачам товари і послуги на прийнятних для них умовах (ціна, якість тощо). При цьому наявна проблема, спільна для певної групи осіб (фізичних та/або юридичних), визначає вид (статутну мету і завдання) окремо взятого обслуговуючого (сервісного) кооперативу.

Так, особливою популярністю серед населення різних країн світу користуються кредитні, сільськогосподарські, споживчі кооперативи. Для своїх членів – товаровиробників і споживачів – вони виконують сервісні функції, що сприяють зростанню їх особистих доходів, або суттєвому скороченню витрат.

Говорячи про такі кооперативи, слід згадати і той факт, що протягом останнього десятиріччя значної популярності набули так звані кооперативи гібридного типу («Co-operative Hybrids» – «гібридні», або «комбіновані» кооперативи). Проте, незважаючи на численні приклади їх успішної діяльності, серед окремих українських та зарубіжних учених і практиків існує тверде переконання щодо неможливості поєднання в одному кооперативі інтересів товаровиробників і споживачів. Таку точку зору можна пояснити догматичним підходом до сприйняття теоретичних основ обслуговуючої кооперації та відсутністю узагальненої інформації щодо досвіду названих «нетрадиційних» кооперативів.

Стан вивчення проблеми. Аналізуючи тематику досліджень сучасних представників української кооперативної думки, можна з упевненістю говорити про значну кількість праць щодо окремих видів кооперативів і констатувати практично повну відсутність публікацій щодо кооперативів гібридного типу. Так, численні роботи М. Алімана, В. Апопія, С. Бабенка, П. Балабана, С. Гелея, В. Гончаренка, В. Зіновчука, М. Маліка, Л. Молдаван, О. Нестулі, Т. Оніпко, А. Пожара, Г. Скляра та інших дослідників присвячені проблемам розвитку кредитних, сільськогосподарських та споживчих кооперативів. А щодо «гібридних» кооперативів, чи не єдиним вітчизняним економістом, який хоча б побічно характеризує такі кооперативи, є відомий вітчизняний економіст-кооператор В. Зіновчук¹. Вчений називає їх «комбінованими» і зазначає, що вони «характеризуються поєднанням сільськогосподарської і несільськогосподарської діяльності (наприклад, надання кредитів, страхування, постачання споживчих товарів тощо)»². Враховуючи виключне науково-практичне значення інформації про кооперативи гібридного («комбінованого») типу в сучасних умовах, слід визнати необхідність з'ясування їх особливостей у порівнянні з «традиційними» сервісними (обслуговуваними).

Мета і методика дослідження. Метою даної статті є обґрунтування здатності обслуговуючих кооперативів (якими є «народні банки», ощадно-позичкові товариства, кредитні спілки та кооперативи гібридного типу) до поєднання інтересів осіб із різними економічними інтересами, зокрема вкладників і позичальників, дрібних товаровиробників та споживачів. У ході реалізації цієї мети стали методи аналізу і синтезу та аналогій.

Результати дослідження. Важко не погодитися з тим, що встановлення особами спільної економічної проблеми (потреби) та усвідомлення неможливості вирішити її одноосібно є мотивацією щодо заснування обслуговуючого кооперативу. Так само, як на перший погляд очевидним є той факт, що різні економічні інтереси осіб (у тому числі суб'єктів господарювання) унеможливають створення названої організації самопомоги. Переконливим свідченням справедливості вищесказаного можуть бути абсолютно несумісні у межах класичного обслуговуючого кооперативу інтереси виробника і торговельного посередника, або названого посередника і споживача. У даному випадку посередник, знаходячись у маркетинговому каналі між товаровиробником і споживачем, має свій цілком обґрунтований інтерес – максимізувати прибуток за рахунок придбання у товаровиробника товару за максимально низькою ціною і продажу його споживачеві за максимально високою (рис. 1). Те ж саме можна сказати і про несумісність інтересів фінансового посередника (наприк-

лад, банку) з економічною метою вкладника та позичальника (рис. 2). Виходячи з цього, можна стверджувати, що будь-які посередники у межах обслуговуючих кооперативів (незалежно від їхньої спеціалізації) не можуть бути надійними економічними союзниками товаровиробників і названих категорій споживачів.

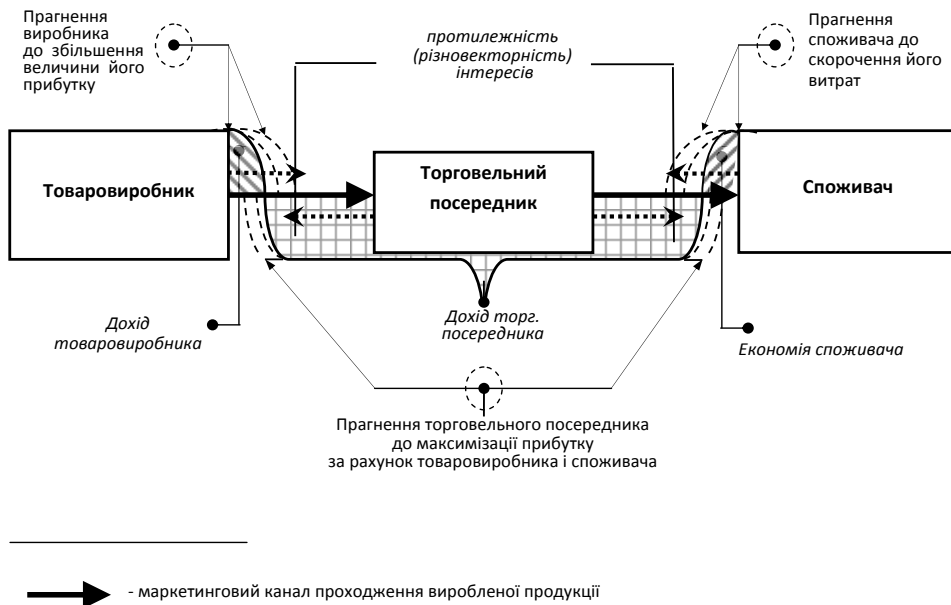


Рис. 1. Сутність протилежності економічного інтересу торговельного посередника з інтересами товаровиробника та споживача

Проте слід зауважити, що для останніх категорій осіб «полярність» економічних інтересів не є завадою щодо кооперування, і заперечення цього факту пояснюється лише поверховим сприйняттям сутності сервісних кооперативних організацій. Щоб зайвий раз переконатися у цьому, проаналізуємо відповідні приклади з міжнародної кооперативної практики.

Передусім згадаємо перевірену часом і добре відому не лише серед вітчизняних фахівців модель «народних банків» (або ощадно-позичкових товариств), автором якої є один із «батьків кредитної кооперації» – Герман Шульце-Деліч. Названа кооперативна модель успішно застосовувалася у Німеччині в середині XIX століття, а пізніше вона набула значної популярності у більшості західноєвропейських та інших країнах світу. В основу вищезгаданої моделі автор поклав принцип економічної взаємодопомоги між членами-вкладниками і членами-позичальниками. Як не дивно, поєднати, на перший погляд, різні економічні інтереси цих груп споживачів фінансових послуг виявилось нескладно. Незважаючи на те, що категорія вкладників завжди зацікавлена у максимально високому відсотковому нарахувань на передані до кооперативу кошти, а інтереси позичальників спрямовані на «доступність» кредитного відсотка, їх обох єднає спільне бажання – співпрацювати без участі посередників.

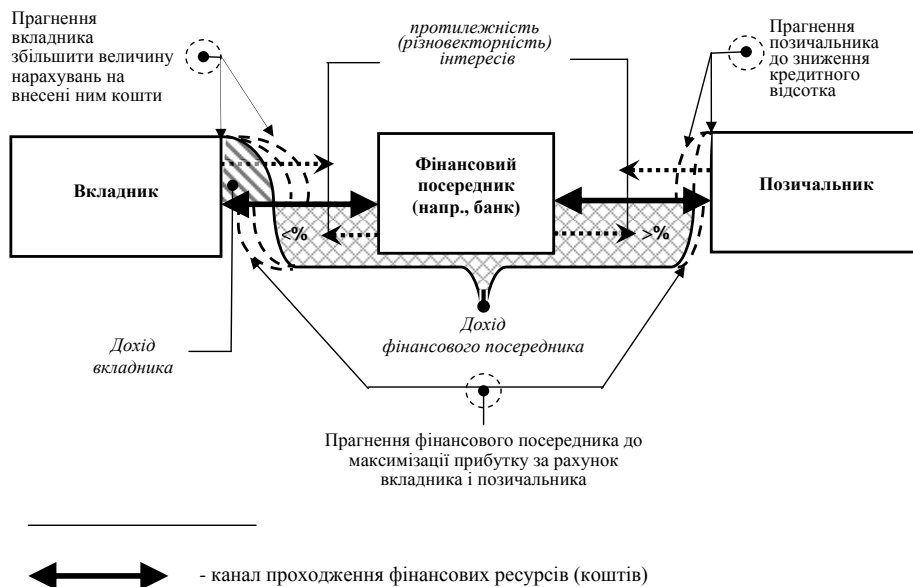


Рис. 2. Сутність протилежності (різновекторності) інтересів фінансового посередника і вкладника (позичальника)

Це пояснюється тим, що і ті, й інші від послуг останніх завжди зазнають значних фінансових втрат. А враховуючи те, що представникам малого підприємництва традиційно складно отримати доступ до банківських кредитних ресурсів через відсутність ліквідної застави (банки надають їй перевагу при оформленні кредиту), така співпраця у межах кредитно-кооперативної організації («народного банку», ощадно-позичкового товариства, кредитної спілки) була і залишається актуальною^{3,4}. Щоб з'ясувати, яким чином кредитним кооперативом досягається баланс інтересів вкладників і позичальників, розглянемо рисунок 3. Коротко коментуючи його зміст, зауважимо, що названі кооперативи мають важливу особливість – можуть залучати кошти (вклади) від членів під максимально високий відсоток і розміщувати їх під максимально низький (з огляду на ринкові відсоткові ставки). По суті у межах кооперативу члени-вкладники і члени-позичальники «домовляються» про величину відсоткових ставок, вигідних для обох сторін, а також прямо чи опосередковано (через органи управління) визначають розміри витрат на організацію необхідних їм фінансових послуг.

З'ясувавши у такий спосіб реальну можливість поєднання в одному ощадно-позичковому (кредитному) кооперативі інтересів вкладників і позичальників, обґрунтуємо здатність обслуговуючого кооперативу гібридного («комбінованого») типу досягти балансу інтересів дрібних товаровиробників і споживачів. Графічне зображення «кооперативного балансу» щодо задоволення економічних потреб (вирішення проблем) двох останніх із названих учасників ринку (див. рисунок 4) за своїм змістом суттєво не відрізняється від поданого вище рисунка 3.

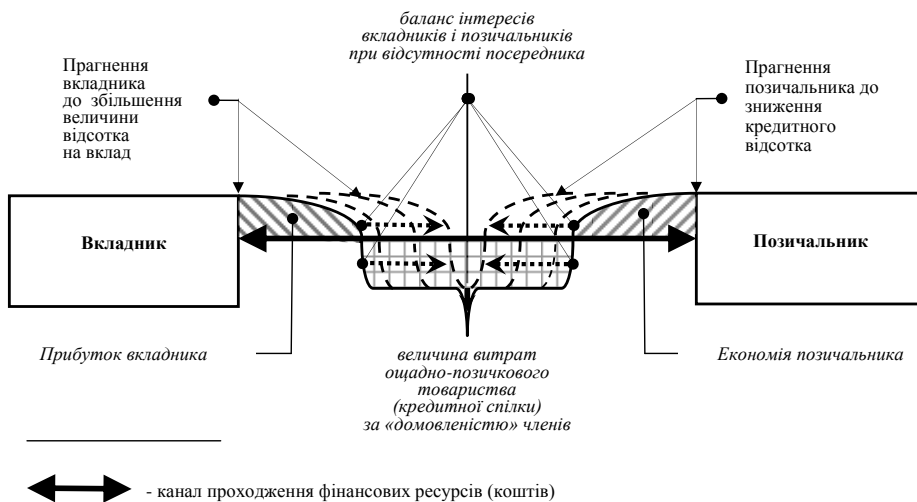


Рис. 3. Досягнення балансу інтересів вкладників і позичальників у кооперативній організації ощадно-позичкового типу («народний банк», ощадно-позичкове товариство, кредитна спілка)

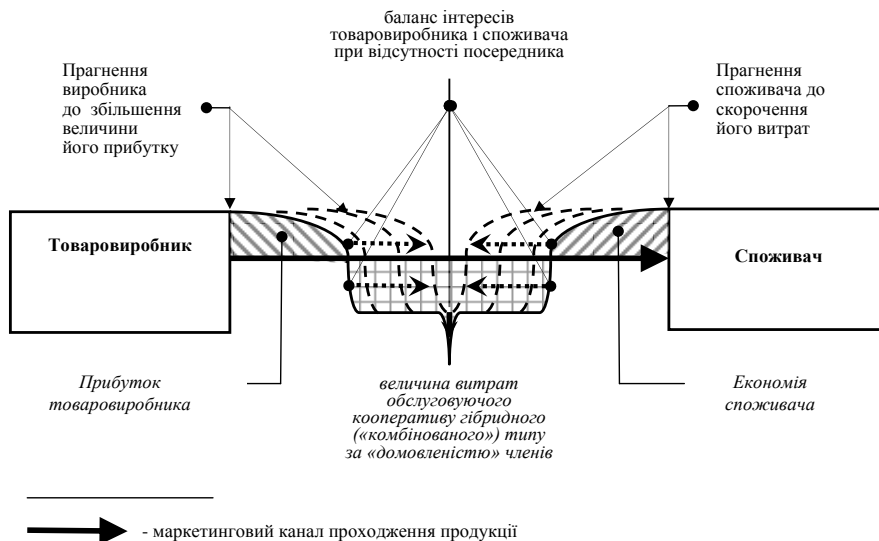


Рис. 4. Досягнення балансу інтересів дрібних товаровиробників у кооперативі гібридного («комбінованого») типу

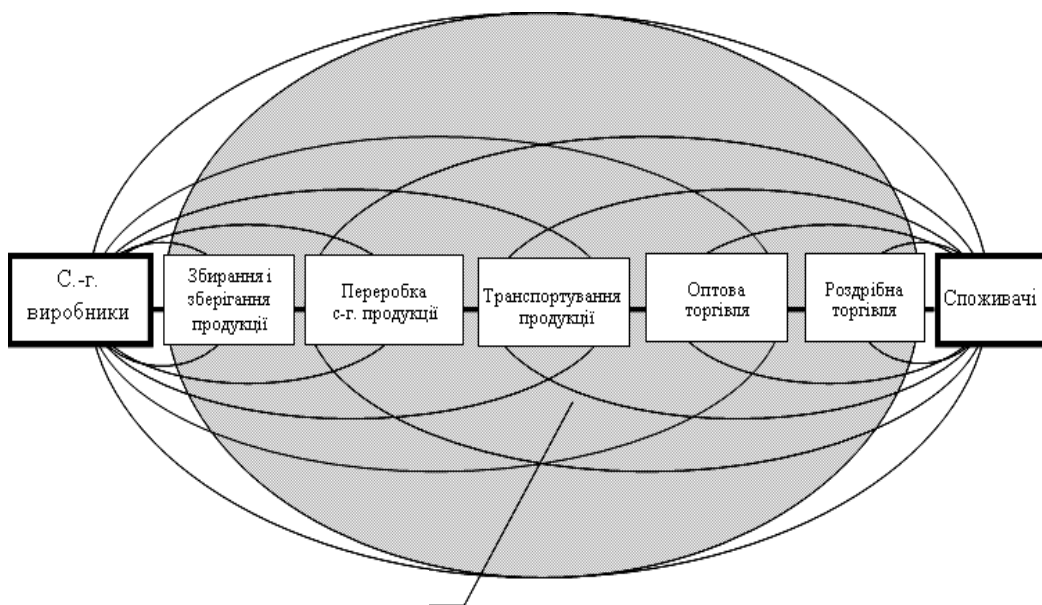


Рис. 5. Маркетинговий канал реалізації сільськогосподарської продукції
Джерело:⁵

При цьому зауважимо, що при відносній теоретичній простоті поєднання економічних інтересів членів-товаровиробників і членів-споживачів відповідна кооперативна модель, у якій поєднано функції збутового сільськогосподарського і споживчого кооперативу, поширилася лише на початку ХХІ ст. Для ілюстрації наведемо один із різновидів такої моделі – кооператив типу Цві Галора (університет Бар-Ілан, Ізраїль). Надзвичайно важливим є те, що такі кооперативи без особливих проблем досягають балансу інтересів дрібних товаровиробників і споживачів. У моделі Ц. Галора враховано ту важливу обставину, що і перші, і другі за допомогою такої економічної організації мають унікальну можливість «співпрацювати напямучу», тобто не користуватися послугами численних посередників. Передусім це стосується аграрного сектора (рисунок 5). Товаровиробники, наблизившись за допомогою кооперативу до безпосередніх споживачів, можуть розраховувати на отримання додаткового прибутку, а споживачі, досягши прямого контакту з виробниками, суттєво скоротити свої витрати.

З огляду на практичне значення названого кооперативу коротко охарактеризуємо особливості його організації і діяльності. Передусім зауважимо, що у порівнянні з традиційними кооперативами ідея створення «Oklahoma food cooperative» (так було названо перший із таких кооперативів) мала дві суттєві особливості. По-перше, ініціативна група вбачала перспективність поєднання у майбутньому кооперативі економічних інтересів членів-виробників і членів-споживачів. По-друге, враховуючи витратність традиційної торговельної діяльності (придбання чи оренда приміщень під магазини, торговельне обладнання, утримання персоналу тощо), вирішили скористатися новітніми Інтернет-технологіями, створивши своєрідний Інтернет-магазин.

Основним завданням при розробці концепції кооперативу було виявити механізм максимального задоволення економічних інтересів усіх його членів (і виробників, і споживачів). Спираючись на значний практичний досвід, Ц. Галор напо-

лягав на однаковій участі обох категорій членів у формуванні матеріально-технічної бази кооперативу. Вчений підрахував, що для початку його діяльності цілком достатньо, щоб мінімальний пайовий внесок становив 50 дол. США. Для забезпечення операційних витрат та формування резервного капіталу кооперативу було встановлено відрахування 10 % від суми проданого виробником товару, а для споживача встановлювалась 10 %-на націнка на товари⁶. У такий спосіб обидві категорії членів «Oklahoma food cooperative» залучалися до фінансування кооперативу. Механізм функціонування названого кооперативу відображає рисунок 6.

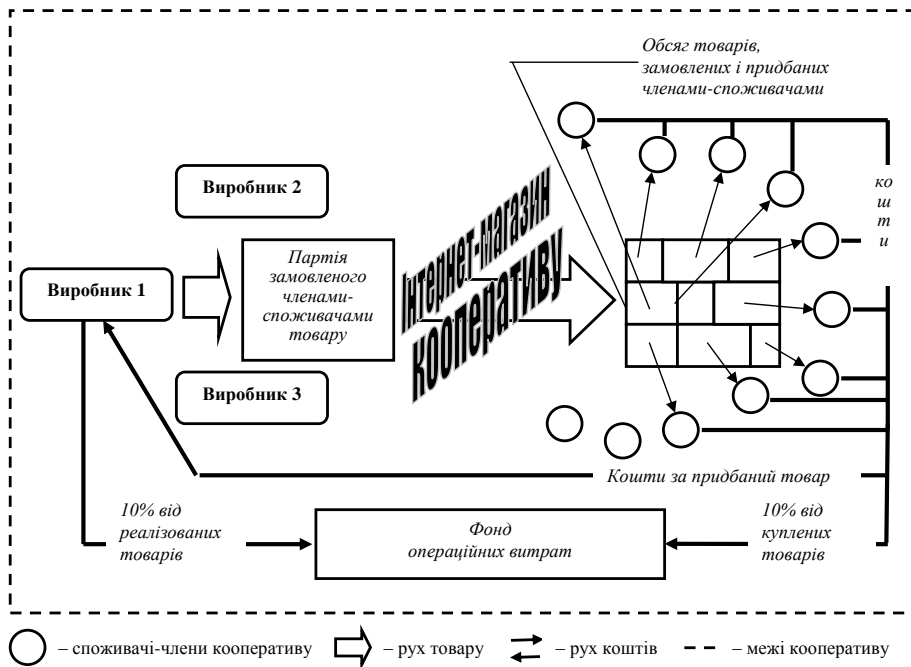


Рис. 6. Механізм функціонування «Oklahoma food cooperative»

Інструментом для збору та обміну інформацією між товаровиробниками і споживачами щодо пропозиції і попиту на товари стала веб-сторінка www.oklahomafafood.org (зараз www.oklahomafafood.coop). При вступі, для реєстрації на спеціальному веб-сайті, кожен учасник кооперативу отримує персональний номер учасника (в хронологічному порядку, починаючи з 001).

Кооператив реалізує лише продукцію від фермерів та інших виробників штату Оклахома. Привертає увагу механізм замовлень «Oklahoma food cooperative». Їх реєстрація на веб-сайті кооперативу починається у перший день місяця. Замовлення можна зробити і телефоном, а також за допомогою звичайної або електронної пошти. 99,99% замовлень надходять через інтернет-систему. Коли член-споживач замовляє, система створює два рахунки: один – для нього, інший – для виробника, про що кожна сторона отримує повідомлення. Реєстрація замовлень припиняється у другий четвер місяця. Доставка товарів здійснюється у третій четвер місяця. З 2009 р. члени кооперативу можуть замовити доставку додому.

Відносини між кооперативом і його членами – виробниками і споживачами – базуються на агентських зв'язках. Кооператив ніколи не володіє правом власності на будь-який товар. Він продається за дорученням членів. Всі замовлення повинні оплачуватися замовником до виїзду за продуктами.

Для того, щоб стати постачальником товарів, член кооперативу має отримати дозвіл від спеціального комітету зі стандартів (існують чіткі внутрішні вимоги до продукції). Крім того, він повинен надати копії всіх відповідних ліцензій та сертифікатів. Для максимальної зручності передачі інформації про наявні товари всі члени-виробники мають сторінки на веб-сайті кооперативу. Вони можуть редагувати таку інформацію самостійно. Кожному товару автоматично програмою присвоюється унікальний номер. Ця програма дозволяє відслідковувати наявність і кількість продукції. У будь-який час члени-виробники можуть увійти в систему для ознайомлення зі своїми замовленнями. За потреби виробник може завантажити стандартні етикетки на упаковку і самостійно їх роздрукувати. Виробники несуть відповідальність за вчасну доставку своїх товарів до кооперативних пунктів-розподільників. Кожен товар, що надходить до таких пунктів, має маркування з іменами виробника і замовника з відповідним кодом. Загалом кооператив пропонує понад 4 000 найменувань продукції⁷.

Описана вище модель кооперативу гібридного типу може бути взята на озброєння як українськими споживачами, так і дрібними та середніми сільськогосподарськими товаровиробниками, які у силу різних обставин не реалізували кооперативний потенціал у межах існуючих споживчих і збутових сільськогосподарських кооперативів.

Висновки. Підбиваючи підсумок, слід зауважити, що узагальнений досвід міжнародного кооперативного руху щодо обслуговуючих кооперативів переконливо свідчить про їх здатність до поєднання інтересів осіб із різними економічними інтересами, зокрема вкладників і позичальників, дрібних товаровиробників та споживачів. При цьому в сучасних умовах для останніх двох із названих суб'єктів ринкових відносин засобом досягнення балансу їх економічних інтересів стали кооперативи гібридного («комбінованого») типу. В аграрному секторі вони одночасно сприяють успішному розвитку фермерських господарств шляхом вигідної реалізації виробленої продукції і за рахунок скорочення витрат на сільськогосподарські продукти підвищують добробут звичайних громадян-споживачів. Також слід підкреслити, що глибоке вивчення досвіду і заснування на цій основі кооперативів гібридного типу, які відповідають міжнародним кооперативним принципам, може сприяти вирішенню в Україні багатьох соціально-економічних проблем населення шляхом економічної самопомогі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

¹ *Зіновчук В.В.* Економічна природа псевдокооперативів та небезпека їх поширення в аграрному секторі України [Електронний ресурс] // Електронний науковий журнал «Українська кооперація». – Полтава: ПУЕТ, 2010. – № 3. – Режим доступу : <http://www.ukrcoop-journal.com.ua>.

² Там само.

³ *Гончаренко В.В.* Кредитна кооперація. Форми економічної самопомогі сільського і міського населення у світі та в Україні (теорія, методологія, практика). – Київ: Глобус, 1998. – 330 с.

⁴ *Чаянов А.В.* Апостол кредитной кооперации // Союз потребителей. – 1918. – № 10. – С. 1-2.

⁵ *Зіновчук В.В.* Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу. – Київ: Логос, 1999. – 256 с. – С. 238

⁶ Welcome to the Oklahoma Food Cooperative [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oklahomafood.coop/welcome.php>.

⁷ Там само.