

## ПЕРЕДУМОВИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ

***Анотація.** Визначені особливості сучасного стану споживчої кооперації в Україні та історичні обставини її розвитку. Проаналізовані передумови розвитку та наведені можливі шляхи “відродження” споживчої кооперації України.*

**Ключові слова:** споживча кооперація, кооператив, економічна криза, соціальна місія

Svidruk I. I.

## PRE-CONDITIONS AND POSSIBILITIES OF DEVELOPMENT OF CONSUMER COOPERATION IN UKRAINE

***Summary.** Certain features of the modern state of consumer cooperation in Ukraine and historical circumstances of its development are discussed. Preconditions of development and the possible ways of „revival” of consumer cooperation of Ukraine are analyzed.*

**Keywords:** consumer cooperation, cooperative store, economic crisis, social mission

### 1. Вступ

Сьогоднішня економічна ситуація, пов’язана із світовою фінансово-економічною кризою 2008–2009 рр., є складним випробуванням для більшості населення України. Вітчизняна споживча кооперація не є винятком. Періодичні спади у докризовий період не сприяли її розвитку, а початок кризи викликав серйозні занепокоєння у більшості членів споживчої кооперації. Проте, саме в кризовий період зростає роль усіх видів кооперації, у тому числі й споживчої. У цей час кооперативи можуть найповніше реалізувати свою соціально-економічну місію шляхом надання своїм членам необхідних послуг, орієнтованих на підвищення ефективності малого і середнього бізнесу, на покращення життєвого рівня широкого кола громадян [5]. Метою статті є огляд сучасного стану споживчої кооперації в Україні та визначення передумов та шляхів “відродження” споживчої кооперації.

### 2. Огляд літературних джерел

Оскільки споживча кооперація України вже півтори сторіччя здійснює громадську та господарську діяльність і є важливою компонентою кооперативного сектору економіки, складовою громадського суспільства, її дослідженням займаються відомі теоретики і практики кооперативного руху (В. В. Апопій, С. Г. Бабенко, П. Ю. Балабан, Л. В. Балабанова, І. О. Бланк, Л. О. Брагіна, М. Д. Виноградський, В. П. Онищенко, Ф. Г. Панкратова, А. О. Пантелеймоненко, Г. П. Скляр, Ю. В. Тимченко, В. О. Точиліна, К. П. Пашаєва, Ф. І. Хміль та інші) [2, 5, 9]. Перехід до ринкової економіки супроводжувався появою деяких, у тому числі негативних, тенденцій у розвитку споживчої кооперації, що вплинуло на обсяги її соціального капіталу, сприяло загостренню проблеми кооперативної ідентичності, обумовило необхідність

реформування, адаптації до сучасних засад і форм господарювання. Все це актуалізує необхідність аналізу сучасних тенденцій розвитку споживчої кооперації та пошуку шляхів „відродження” кооперації. За останні 2010–2012 рр. проблематика можливостей реформування та перспектив розвитку споживчої кооперації в науково-теоретичних та прикладних працях висвітлена недостатньо широко. Дані питання в сучасній інтерпретації досліджують О. Голіната [3], В. В. Гончаренко [2], Н. В. Мокєрова [2], В. М. Торопков [4], М. В. Шипов [2] тощо.

### **3. Особливості та принципи споживчої кооперації**

Для пошуку шляхів “відродження” споживчої кооперації України, насамперед, зупинимося на її основних специфічних особливостях. Згідно з визначенням ХХХІ конгресу Міжнародного кооперативного Альянсу (МКА), кооператив – “це група людей, які добровільно об’єдналися для того, щоб задовольнити свої спільні економічні, соціальні та культурні потреби і прагнення шляхом створення підприємств на правах спільного володіння та демократичного управління кооперацією” [3].

Акцентуємо увагу на трьох моментах цього визначення. Перший – це наявність колективної власності у співтоваристві, на основі якої ведеться спільна господарська справа. Другий – демократичний характер цього об’єднання, наявність умов, коли кожен кооператор може проконтролювати, як реалізуються можливості його власності, скласти уявлення про господарський стан кооперативу, його прибутки та видатки, можливості й перспективи. І третій – соціальна спрямованість кооперації. Тобто кожен кооператив працює в інтересах своїх членів, на їх благо і захист виробника або споживача, представника певної соціальної групи населення. Отже, в основі кооперації лежать такі цінності, як самодопомога, відповідальність, демократія, рівність, справедливість і солідарність.

Особливими принципами кооперації, які відрізняють всі її види від інших господарських та громадських об’єднань, є: добровільність і відкрите членство; демократичний членський контроль; економічна участь членів; автономія і незалежність; освіта, підвищення кваліфікації, інформація; співробітництво між кооперативами; турбота про громаду. Тому, кооперація як система є однією із складових національної економіки поряд з приватним та державним секторами. До того ж вона виконує соціальні функції: задовольняє матеріальні та духовні потреби своїх членів і відстоює інтереси суспільства, зокрема демократію, економічну безпеку, національну незалежність.

### **4. Потенціал споживчої кооперації України**

Аналіз стану та поведінки членів споживчої кооперації за останні роки (в період світової кризи 2008-2009 рр.), дозволив зробити наступні висновки:

- по-перше, споживча кооперація витримала випробування системної кризи періоду переходу до ринкової економіки, зберегла в основному свій потенціал, організаційну єдність і функціональну цілісність навіть у період сьогоднішньої кризи;
- по-друге, сучасний розвиток споживчої кооперації можна вважати етапом економічного зростання, гармонійного поєднання соціальних та економічних засад, соціальної орієнтації кооперативної діяльності, посилення соціальної місії споживчої кооперації;

- по-третє, розвиток споживчої кооперації у кризових та післякризових умовах економіки неможливий без науково-обґрунтованої стратегії.

Значний потенціал для “відродження” споживчої кооперації України обумовлює її історичний розвиток. Так, споживча кооперація України має 140-річну історію від Харківського споживчого товариства до багатовимірної системи сільськогосподарської, споживчої, кредитної кооперації та кооперації у сфері послуг. Саме споживча кооперація є ядром Кооперативної системи України, найбільш структурованим, соціалізованим і організаційно оформленим. Створюючись як протиположна засиллю приватного капіталу, споживча кооперація пройшла період саморозвитку (з 1920-х до 1950-1960 рр.), період зростання свого головного принципу – використання частки чистого доходу на розвиток власної інфраструктури і здійснення кооперативних виплат (із 1960-х до 1990-х рр.) і примусового виконання функції з організації торговельного обслуговування сільського населення і першочерговому придбанні дефіцитних товарів (це заохочувало членство громадян у споживчому товаристві). Ці різнонаправлені процеси суперечливо впливали на господарсько-фінансову діяльність підприємств і організацій Укоопспілки в останні роки: окремі показники діяльності свідчать про подальшу стабілізацію роботи (приріст роздрібного товарообороту і побутових послуг – на 22,4% кожного, заготівельний оборот – на 14%, громадського харчування – на 9%, виробництво – на 7%).

Нова політична ситуація в Україні характеризується розвитком демократії та єдністю (зокрема в економічній сфері) прогресивних політичних сил. Вважається, що українська споживча кооперація є демократичною інституцією, з глибоко вкоріненими національними традиціями і до того ж аполітичною, тобто такою, що орієнтується на задоволення потреб простих людей. Незважаючи на те, що кооперація традиційно вважається політично нейтральною сферою діяльності, політичний фактор завжди впливав на міжнародний кооперативний рух. Безперечно, об’єднання прогресивних політичних сил в Україні позитивно позначається на споживчій кооперації. Проте для цього є об’єктивні передумови: а) більш розкуте суспільство самостійно створює нові сприятливі умови для розширення кооперативної діяльності; б) зростає роль кооперації як інституту громадянського суспільства; в) нові політичні умови не дозволяють політичним партіям і рухам використовувати кооперацію у своїх інтересах, як це не раз бувало в історії української держави.

Загальновідомо, що кооперація характерна для різних типів політичних устроїв і економічних систем. У світовій економіці вона набула вражаючих масштабів. Сьогодні кооперативний рух близько 100 країн світу налічує понад 900 млн членів-пайовиків і в найближчій перспективі, за даними МКА, їх кількість досягне мільярда. Найбільш зрілі та ефективні форми кооперації склалися в Європі, де нараховується близько 300 тис. кооперативних товариств, з яких 33% кредитні, 21% сільськогосподарські, 14% споживчі, 3% житлові і не менше 25% змішані (багато-профільні) [1]. Основна частина кооперативів зосереджена у сферах торговельних, фінансових, побутових, соціально-культурних послуг. На цих напрямках кооперація розвивається випереджаючими темпами.

Розмаїття видів кооперації характерне також для України, проте структурно вітчизняна кооперація суттєво відрізняється від європейської. Споживча кооперація в Україні є добровільним об’єднанням громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального стану. Вона здійснює торговельну, закупівельну, виробничу та іншу діяльність, сприяє соціаль-

ному і культурному розвитку села, народних промислів і ремесел, бере участь у міжнародному кооперативному русі.

Центральна спілка споживчих товариств України (Укоопспілка) об'єднує нині Кримську Республіканську спілку споживчих товариств, 21 обласну та 237 районних споживспілок, 204 районних споживчих товариства, майже 1,9 тис. сільських і міських споживчих товариств. Споживча кооперація України нараховує близько 20 тис. підприємств торгівлі і громадського харчування, 500 міських і сільських ринків, біля 100 оптових баз, близько 2,5 тис. заготівельних пунктів, біля 1000 виробничих підприємств і цехів. У системі діють навчальні заклади, найбільш популярними з яких є Львівська комерційна академія і Полтавський університет споживчої кооперації України. Також працюють 22 коледжі (технікуми), які готують фахівців кооперативного руху з вищою освітою переважно з сільської молоді. Функціонує мережа лікувально-оздоровчих закладів та готельного господарства. Працює банк “Укоопспілка”, страхова компанія “Укоопгарант”. Видається тижневик „Вісті Центральної спілки споживчих товариств України” та його “Діловий випуск”, а для широкого загалу читачів виходять газети “Порадниця” і “Веселі вісті” [3].

Таблиця 1

**Показники динаміки споживчих товариств і їх спілок у системі споживчої кооперації України (Укоопспілки) за 2008–2010 рр. (одиниць)**

Організаційні форми	Наявність на			Відхилення 2010 р. від	
	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2008 р.	2009 р.
Кримспоживспілка	1	1	1	-	-
Облспоживспілка	21	21	21	-	-
Райспоживспілка	228	222	217	-11	-5
Районні споживчі товариства	200	197	194	-6	-3
Споживчі товариства (без районних)	1933	1911	1880	-53	-31

Джерело: [8, с. 2; 9, с. 2]

Загалом у різних галузях діяльності Укоопспілки зайнято біля 100 тис. осіб. Зазначений потенціал використовується не лише для задоволення потреб пайовиків споживчої кооперації. Він працює на добробут всіх селян та більшість жителів селищ і районних центрів. Таким чином, споживча кооперація, по суті, виконує важливе державне замовлення на обслуговування сільського населення. За 2008–2010 рр. кількість споживчих товариств (без районних) та їх спілок у системі Укоопспілки скоротилася на 53 одиниці, кількість районних споживчих товариств зменшилася на 6 одиниць, а кількість райспоживспілок – на 11 одиниць (табл. 1). Ці показники свідчать не тільки про зменшення роботи споживчої кооперації в окремих районах, але й про її цілковите зникнення там як господарюючого суб'єкта.

Таблиця 2

**Показники динаміки кількості діючих роздрібних підприємств  
у системі споживчої кооперації України за 2008–2010 рр. (одиниць)**

Типи роздрібних торгових підприємств	Наявність на			Відхилення 2010 р. від	
	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2008 р.	2009 р.
Магазини	13194	12057	11340	-1854	-717
з них продовольчі	12058	11044	10376	-1682	-668
непродовольчі	1136	1013	964	-172	-49
Із загальної кількості магазинів:					
магазини самообслуговування	1218	1425	1576	358	151
магазини у сільській місцевості	10806	9808	9206	-1600	-602

*Джерело:* [8, 9]

За час свого розвитку споживча кооперація створила розгалужену мережу різних типів підприємств роздрібною та оптовою торгівлі. Однак останнім часом триває тенденція до скорочення їх кількості (табл. 2). Аналіз відповідних показників, дозволив виявити негативні і позитивні тенденції розвитку роздрібних торгових підприємств. Загальна кількість кооперативних магазинів склала на початок 2010 р. 11340 одиниць, але зменшилася при цьому, у порівнянні з 2008 р., на 1854 од., або на 14,1%. Також сформувалася тенденція зменшення кількості магазинів споживчої кооперації, які розташовані у сільській місцевості. Так, за 2008–2010 рр. їх кількість зменшилася на 1600 одиниць, або на 14,8%. Разом з тим, у 2008–2009 рр. збільшилася кількість магазинів самообслуговування на 358 одиниць, а їх частка у загальній кількості магазинів досягла у 2010 р. 13,9%. Що ж до сьогоденної ситуації, В. Гончаренко на XXI (позачерговому) з'їзді споживчої кооперації (м. Київ, 4 жовтня 2012 р.), в якому взяли участь понад 1500 осіб, оприлюднив такі неутішні дані: “Тільки в сегменті управління ринками станом на 1 липня 2012 р. в системі споживчої кооперації залишилося 423 ринки з 1553, які були на початок 1991 р. Кількість виробничих підприємств скоротилася в 17 разів (з 3612 до 208)...” [12].

Ще 5-7 років тому дослідники споживчої кооперації прогнозували, що в за ринкової економіки споживча кооперація матиме найкраще майбутнє. Сьогодні, в кризових умовах кооперація знаходиться у складному стані, проте єдиною в Україні зберегла потужну матеріально-технічну базу, кваліфіковані кадри і, найголовніше, громади спілчан, яким, на жаль, бракує в кризових умовах віри в себе та справжнього кооперативного духу.

Однією з найбільших проблем кооперації є значне скорочення обсягів оптової торгівлі споживчої кооперації. За даними Держкомстату України, фізичний обсяг оптового товарообороту (основного показника розвитку оптової торгівлі) за 2010 р., порівняно із 2009 р., зменшився на 15% [8, 9, 11]. Проте оборот роздрібною торгівлі за цей же період, навпаки, збільшився в середньому на 10-12% (табл. 3). Така ситуація, на нашу думку, пояснюється тим, що саме в кооперативній оптовій торгівлі зруйнована організаційна структура, деформована функціональна діяльність та залишається недосконалим економічний механізм функціонування системи управління.

**Показники обсягу і структури роздрібного товарообороту  
споживчої кооперації України за 2008–2010 рр. (обсяг – млн грн)**

Показники	Рік		
	2008	2009	2010
Загальний обсяг роздрібного товарообороту	3887,0	3984,2	4368,1
Частка обороту мережі, розташованої у сільській місцевості	56,8	58,9	57,3
Обсяг роздрібного товарообороту торгової мережі	3215,0	3309,2	3674,1
Частка роздрібного товарообороту торгової мережі	82,7	83,1	84,1
Обсяг роздрібного товарообороту закладів ресторанного господарства	672,0	675,0	694,0
Частка роздрібного товарообороту закладів ресторанного господарства	17,3	16,9	15,9

*Джерело:* [8, с.16-19; 9, с.16-19]

Не дивлячись на критичний стан та нібито (за прогнозами більшості аналітиків) “вмирання та розпродавання” кооперативних об’єктів, уряд приймає дієві рішення щодо розвитку кооперативного руху та посилення його ролі в економіці України [1]. Насамперед йдеться про підтримку розвитку кооперативного руху у сферах матеріально-технічного постачання, заготівлі, збуту та переробки продукції, виробничого, побутового та соціально-культурного обслуговування. Яскравим доказом цього є наступний факт. У січні 2012 р. на полицях магазинів почали з’являтися продукти, марковані емблемою зі словами “З турботою про Українське!” – це назва спільного проекту, який презентували 17 січня 2012 р. Голова Державної інспекції України з питань захисту прав споживачів С. Орехов та Голова правління Укоопспілки В. Гончаренко [1]<sup>7</sup>. Саме задля повного інформування споживача, надання громадянам України правдивої, достовірної інформації вироблені продукти харчування, Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів і Укоопспілка (споживча кооперація), яку спеціально запросили для участі у цьому проекті, розробили спеціальне інформаційне маркування для вітчизняних продуктів харчування. Вже той факт, що першим та найбільш відповідальним учасником проекту стала Центральна спілка споживчих товариств України, свідчить про можливий початок “відродження” Укоопспілки. Адже споживчі товариства України виробляють українські продукти харчування, які нічим не поступаються за якістю закордонним аналогам і навіть мають низку переваг.

Проте у господарсько-фінансовій діяльності Укоопспілки останніх років є ще багато невикористаних резервів і недоліків: залишаються низькими темпи приросту роздрібного товарообороту у порівнянні з загальнодержавним; значно зменшився випуск власної продукції у підприємствах громадського харчування Волинської, Рівненської, Сумської, Чернігівської облспоживспілках, а у багатьох споживспілках (Закарпатська, Кіровоградська, Полтавська, Сумська) власні виробничі потужності значно простоюють; складне становище у виробничій галузі – постійно зменшується

<sup>7</sup> Цей проект виник як відповідь на результати соціального дослідження Держспоживінспекції, що стосувалося стану та якості споживчого ринку. Виявилось, що споживачі переважно звертають увагу на зовнішній вигляд продукту, термін придатності та ціну, а менше уваги надають вивченню інформації про виробника, склад продукту та інші дані, зазначені на упаковці.

обсяг продукції в кількісних показниках (ковбасні і хлібобулочні вироби, консерви, рибна продукція, безалкогольні напої), повільно модернізуються і технічно переоснащуються виробничі підприємства, чимала їх кількість є фінансово збиткова.

## **5. Динаміка управління Укоопспілкою**

Довше всіх очолював цю структуру С. Бабенко – 20 років (зі жовтня 1991 р. по травень 2011 р.) порівняно зі своїми попередниками (Ф. Колесник був Головою Укоопспілки 17 років, С. Литвиненко – 10 років). З травня 2011 р. на посаду Голови Укоопспілки заступив В. Гончаренко. Така динаміка, враховуючи ситуацію до 1964 р., коли Голови Укоопспілки змінювалися з середньою періодичністю від 1 до 5 років, свідчить про фундаменталізм управління Укоопспілкою та максимальне використання досвіду управлінських кадрів.

Для відродження кооперації В. Гончаренко вважає необхідним розробити концепцію реформування, яка дозволить споживчій кооперації функціонувати і розвиватися у контексті сучасної економіки, зберегти цілісність вітчизняної кооперації і забезпечити подальше функціонування на якісно новому рівні господарювання. В межах концепції підвищення ефективності господарської діяльності спільно з угорськими консультантами реалізувати проект, що дозволить створити першу в Україні роздрібну мережу магазинів у сільській місцевості тощо. Також важливим є врахування досвіду С. Бабенко та А. Пантелеймоненко [5] для формування сучасної концепції розвитку споживчої кооперації, які вважають необхідним: а) дбати про підвищення ролі члена-пайовика у вирішенні стратегічних питань розвитку як первинних товариств, так і системи у цілому; б) прагнути до максимальної оптимізації та підвищення ефективності господарської діяльності системи; в) орієнтуватися на всебічну і взаємовигідну співпрацю з кооперативами інших видів, передусім сільськогосподарськими обслуговуваними та кредитними.

Отже, при формуванні стратегічних завдань для системи споживчої кооперації України на найближчий період, доцільно акцентувати увагу на наступному: активніше реалізувати політику, спрямовану на забезпечення широкого спектру доступних і якісних товарів та послуг, соціальних гарантій соціального захисту членів-пайовиків, працівників кооперативних підприємств і організацій. Це сприятиме зміцненню кооперативної демократії та підвищенню ролі кожного пайовика. Саме цей напрям організаційної роботи є одним із пріоритетних згідно зі „Стратегією розвитку споживчої кооперації України (2004–2015 рр.)” (далі – Стратегія), затвердженої XIX з’їздом споживчої кооперації України у 2004 р. [6].

## **6. Стратегічні напрями розвитку споживчої кооперації**

Сьогодні для розвитку системи споживчої кооперації України актуальним є гасло “Система – для членів!” [7], яке згідно зі Стратегією, передусім, передбачає „підпорядкування економічної та господарської діяльності соціальним ідеям і завданням споживчої кооперації; неприбутковий характер діяльності споживчих товариств та споживспілок (що обумовлюється кооперативними принципами “самодопомога” і “тотожність”; посилення ролі споживчої кооперації в соціальних перетвореннях на селі” [6].

Актуальною є позиція провідних вітчизняних фахівців-кооператорів, які вважають, що підвищення ролі інституту членства має відбуватися у трьох основних сферах: економічної діяльності, управління та контролю, соціального обслуговування. З таких позицій стратегія розвитку споживчої кооперації України до 2015 р.

повинна будуватися на подальшому економічному зміцненню системи, забезпеченні ефективного господарювання, захисту майнових прав та інтересів. Найважливіші завдання повинні поширюватися на такі сфери: заготівельно-виробничу, торгівлі, громадського харчування, послуг, фінансово-економічної і кадрової роботи. Програма розвитку заготівельної діяльності має передбачати створення сучасних баз концентрації, оптово-роздрібних магазинів, підприємств із залученням паїв землевласників для вирощування сільськогосподарської продукції. Пріоритетними завданнями у виробничій галузі повинні стати проведення технічного переоснащення, врахування маркетингових досліджень ринку, використання довгострокових пільгових кредитів.

Ефективними системними засобами “відродження” та нормалізації роботи Укоопспілки можуть стати наступні: удосконалення цінової політики, посилення вживання правових заходів для стягнення дебіторської заборгованості, розрахунки із поза-системними покупцями тільки після попередньої оплати, посилення пропаганди ідей, цінностей і принципів кооперативного руху. Оскільки галузева структура споживчої кооперації включає близько 20 галузей і підгалузей, зміст перетворень у галузевій структурі вбачається у тому, щоб оптимізувати її за всіма параметрами та адаптувати до сучасних ринкових реалій. Саме від масштабів і ефективності функціонування окремих галузей залежить існування та перспективи споживчої кооперації. Загалом стратегічна лінія розвитку споживчої кооперації повинна полягати в збереженні життєздатних і розвитку нових галузей; стабілізації та розширенні масштабів діяльності; ринковій орієнтації і підвищенні конкурентоспроможності галузей.

Існують три напрями структурної перебудови господарської організації споживчої кооперації, які пропонує використати відомий дослідник вітчизняної кооперації М. В. Шипов [2]. Вважаємо його погляд вірним. Перший напрям структурної перебудови господарської організації споживчої кооперації повинен полягати в перетворенні основної частини господарських одиниць у самостійні господарські суб'єкти. Економічна самостійність та юридичний статус дозволять активізувати діяльність господарських одиниць, адаптувати їх до ринкових умов. Другим напрямом є об'єднання підприємств, їх інтеграція. Крім створення госпрозрахункових об'єднань однопрофільних підприємств, економічно вигідно формувати господарські комплекси на базі інтеграції технологічно і функціонально взаємопов'язаних галузей. Це можуть бути торговельно-сервісні, заготівельно-виробничі комплекси тощо. Третім напрямом вдосконалення і розширення господарської організації повинне стати створення за участю споживчої кооперації складних організаційно-правових форм.

Сподіваємося, що єдина Програма розвитку споживчої кооперації України, поточних і перспективних галузевих програм, співпраця з Міжнародним кооперативним Альянсом, Кооперативним Комітетом асоціацій Європейських кооперативів, дозволять уникнути деформацій кооперативної власності, посилити позитивний зміст ринкових перетворень та ефективно використати вищезазначені напрями структурної перебудови господарської організації споживчої кооперації, що в підсумку повинно привести до відродження споживчої кооперації в Україні в цілому.

## **7. Висновки**

Значний потенціал для “відродження” споживчої кооперації України обумовлює її 140-річний історичний розвиток. Сьогодні, в умовах кризової економіки, кооперація знаходиться у надзвичайно важкому стані, проте єдина в Україні зберегла потужну матеріально-технічну базу, кваліфіковані кадри і, найголовніше, громади

спілчан, яким, на жаль, бракує в кризових умовах віри в себе та справжнього кооперативного духу. Стратегія розвитку споживчої кооперації України до 2015 р. повинна будуватися на подальшому економічному зміцненні системи, забезпеченні ефективного господарювання, захисті майнових прав і інтересів. Ефективними системними засобами “відродження” та нормалізації роботи Укоопспілки можуть стати наступні: удосконалення цінової політики, посилення вживання правових заходів для стягнення дебіторської заборгованості, розрахунки з позасистемними покупцями тільки після попередньої оплати, посилення пропаганди ідей, цінностей і принципів кооперативного руху. Вважаємо найбільш актуальними три напрями структурної перебудови господарської організацій споживчої кооперації: а) перетворення основної частини господарських одиниць у самостійні господарські суб'єкти; б) об'єднання підприємств та їх інтеграція; в) створення за участю споживчої кооперації складних організаційно-правових форм. Загалом проблеми “відродження” та розвитку вітчизняної споживчої кооперації потребують детальних та різносторонніх досліджень, наукових та практичних дискусій, подальшої розробки тощо.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Веб-портал органів виконавчої влади України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=244871887](http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=244871887).
2. Споживча кооперація України в період формування ринкових відносин: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/20\\_PRNiT\\_2007/Economics/22288.doc.htm](http://www.rusnauka.com/20_PRNiT_2007/Economics/22288.doc.htm).
3. Голіната О. Альтернативи розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації / О. Голіната : [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.conf-cv.at.ua/forum/50-404-1>.
4. Торопков В. М. Тенденції розвитку оптової торгівлі в Україні / В. М. Торопков // Проблеми інформатизації та управління. — К., 2010. — С. 246–250.
5. Бабенко С. Г. Перспективи розвитку системи споживчої кооперації України в умовах лібералізації економіки / С. Г. Бабенко, А. О. Пантелеймоненко : [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum).
6. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.) // Вісті. Діловий Випуск. Вкладка. – 2004. – 9 квітня. – № 15 (268).
7. У кооператорів професійне свято: Матеріали Прес-конференції // Вісті центральної спілки споживчих товариств України. – 2010. – 1 липня. – № 26 (943). – С. 1-5.
8. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2004-2008 роки. – К.: Укоопспілка, 2009. – 118 с.
9. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2009 рік. – К.: Укоопспілка, 2010. – 104 с.
10. Перхун В. Г. Споживча кооперація у соціальному розвитку сучасного суспільства / В. Г. Перхун : [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2010-3/num/perhun.htm#11>.
11. Державна служба статистики України : [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
12. Новини Укоопспілки : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.coop.com.ua/ru/news/74>.