

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
16–17 лютого 2012 року

**МІЖНАРОДНИЙ КООПЕРАТИВНИЙ РУХ:
ГЕНЕЗИС ТА ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ**

Головний редактор М. П. Гречук
Комп'ютерна верстка Г. А. Бжікян,
Е. П. Чепелева,
О. С. Корніліч

Здано до редакції 07.02.2012 р. Підписано до друку 10.02.2012 р.
Формат 60×84/16. Папір 70 г/м². Ум. друк. арк. 23,6 + 0,1 (обкл.).
Тираж 66 прим. Зам. № 027/255.

Видавництво
Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

36014, Полтава-14, вул. Коваля, 3, кімн. 115

Свідectво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і
розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 8.07.2010 р.

Видруковано з оригінал-макета у
Вищому навчальному закладі Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»:
36014, Полтава-14, вул. Коваля, 3, кімн. 115

2012 рік



**Міжнародний рік
кооперативів**

**МІЖНАРОДНИЙ
КООПЕРАТИВНИЙ РУХ:
ГЕНЕЗИС ТА ТЕНДЕНЦІЇ
СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ**

**Матеріали Міжнародної
науково-практичної конференції**



**16–17 лютого
2012 року**

**ПУЕТ
2012**

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Центральна спілка споживчих товариств України
Вищий навчальний заклад УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)

Полтавський регіональний центр досліджень і сприяння
розвитку кооперації

Кафедра грошового обігу і кредиту

Кафедра міжнародної економіки

МІЖНАРОДНИЙ КООПЕРАТИВНИЙ РУХ: ГЕНЕЗИС ТА ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ

Матеріали Міжнародної
науково-практичної конференції
16–17 лютого 2012 року

ПОЛТАВА
ПУЕТ
2012

УДК 334.73:339.9
ББК 65.208
М58

Розповсюдження та тиражування без
офіційного дозволу ПУЕТ заборонено

Редакційна колегія:

- О. О. Нестуля**, д.і.н., професор, ректор ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;
В. В. Гончаренко, д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;
А. О. Пантелеймоненко, д.е.н., професор, завідувач кафедри грошового обігу і кредиту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;
О. В. Шкурупій, д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародної економіки ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;
М. В. Аліман, к.е.н., доцент кафедри грошового обігу і кредиту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;
Т. В. Онінко, к.і.н., доцент кафедри педагогіки, культурології та історії ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Міжнародний кооперативний рух: генезис та тенденції
М58 сучасного розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 16–17 лютого 2012 р. – Полтава: ПУЕТ, 2012. – 378 с.

ISBN 978-966-184-153-5

У матеріалах Міжнародної науково-практичної конференції розглянуті актуальні проблеми теорії, історії та практики міжнародного кооперативного руху.

Наукові дослідження авторів спрямовані на узагальнення та всебічний аналіз українського й зарубіжного досвіду функціонування кооперативних організацій, із подальшим використанням його в сучасній практиці кооперативів і їх об'єднань. Особливий акцент зроблено на ролі кооперації та кооперативної освіти в суспільстві XXI ст.

УДК 334.73:339.9
ББК 65.208

Матеріали друкуються мовами оригіналів: українською, російською, англійською та французькою.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі», 2012

ISBN 978-966-184-153-5

СЕКЦІЯ 1 ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ КООПЕРАЦІЇ І КООПЕРАТИВНОЇ ОСВІТИ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Л. Е. Теплова, д.э.н., профессор
Белгородский университет кооперации, экономики и права

В условиях ужесточения конкуренции необходимо, с одной стороны, укрепление позиций потребительской кооперации на конкурентном рынке, с другой стороны, необходимо сохранение и развитие социальных приоритетов системы, выполнение системой социальной миссии.

Недооценка кооперативной культуры имеет негативные последствия не только в деятельности организаций системы, но так же является одной из причин снижения уровня приверженности сельского населения к кооперации. В сложившихся условиях требуются нетрадиционные подходы к управлению организациями с использованием организационной культуры, обладающей мощным потенциалом воздействия на экономику и социальную сферу потребительской кооперации.

В то же время теоретическое обоснование изучения организационной культуры потребительской кооперации разработано недостаточно. Недостаток знаний сдерживает использование преимуществ организационной культуры в системе потребительской кооперации и, прежде всего, в потребительских обществах. Это обстоятельство требует разработки качественно нового подхода к проблеме управления развитием организационной культуры потребительской кооперации.

Методологическое кредо новой парадигмы должно базироваться на системном подходе к теоретическому осмыслению особенностей организационной культуры потребительской кооперации, ее миссии, философии, кооперативных ценностях и традициях.

Становлению теории управления организационной культурой посвятили работы многие как зарубежные, так и отечественные ученые.

Несмотря на важность и разносторонность исследования проблематики организационной культуры представителями различ-

- © ПУЕТ -

3

РЕФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «БАНК УКООСПІЛКА»

*І. Г. Бритченко, д.е.н., професор, директор Міжгалузевого інституту підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

В сучасних умовах погіршення ефективності світової економіки та банківського сектору як на міжнародному рівні так і національному актуальним є питання подальшого реформування діяльності комерційних банків. Для системи споживчої кооперації таке реформування пов'язано перш за все з діяльністю ПАТ «Банк Укоопспілка». Актуальність цього питання обумовлено тим, що з одного боку – наявність в системі Укоопспілки власного банку є великою конкурентною перевагою для всіх підприємств споживчої кооперації, а з іншого боку – ця перевага є нереалізованою внаслідок слабких конкурентних позицій банку Укоопспілка на ринку банківських продуктів України, що в свою чергу підсилюється слабкою співпрацею банку з кооперативними підприємствами. Сьогодні є безліч підстав критикувати маркетингову стратегію Банку Укоопспілка за його неадекватну поведінку на ринку банківських продуктів.

Відповідно до оприлюдненої звітності ПАТ «Банк Укоопспілка» [1], рейтингів Асоціації українських банків [2] та офіційних статистичних даних [3] станом на 01.07.2011 р. серед 156 банків Укоопспілка займає наступні позиції: за розміром капіталу – 136 місце (розмір капіталу 94,208 млн. грн, власний капітал 42,626 млн. грн, питома вага у капіталі банківської системи України 0,058 %), за фінансовим результатом – 123 місце (серед 131 прибуткового банку) з прибутком 41 тис. грн., прибуток по відношенню до статутного капіталу складає 0,096 %. За активами та зобов'язаннями – 134 місце, за депозитами юр. осіб – 109 місце, за депозитами фіз. осіб – 131 місце. Хоча цифри говорять самі за себе, все ж таки, деякі з них доцільно прокоментувати. Прибуток по відношенню до статутного капіталу у розмірі 0,096 % означає, що на кожні 100 гривень власних грошей Укоопспілки спрямованих до статутного капіталу власного банку споживча кооперація отримує менше 1 (однієї) копійки. Якщо б Укоопспілка замість спрямування грошей до власного банку розмістила б їх у депозити провідних банків України, то доходність від цього

складала приблизно 12 %, тобто на кожні 100 гривень Укоопспілка отримувала б 12 гривень щорічно, що у 125 разів більше ніж фактичне становище! Тобто від власного капіталу Укоопспілка могла б отримувати дохід у розмірі 5115 млн. грн замість 41 тис. грн. Можна стверджувати, що Укоопспілка щорічно недоотримує прямих прибутків від діяльності власного банку понад 5 мільйонів гривень. До цього можна додати опосередковані втрати у вигляді невикористаних можливостей по фінансуванню кооперативних підприємств, котрі за економічними законами функціонування банківської системи мультиплікаційно збільшуються. Фахівцям гарно відомо, що для ефективного функціонування комерційного банку його залучений капітал повинен у 8–10 разів перевищувати власний. В банку Укоопспілка цей показник складає 2,2 рази, що свідчить про можливу загрозу зменшення ліквідності банку, а за умов наближення другої хвилі кризи, котра неминуче призведе до зменшення обсягу залучених коштів банк точно стане збитковим і навіть може просто не витримати відтоку залученого капіталу і збанкрутувати.

Але не тільки цифри мають значення. Загальновідомим є те, що насправді лівовою часткою ринку банківських продуктів України володіють 15-20 найпотужніших банків, котрі займають вищі місця у рейтингах і фактично задають тон банківській системі. Банк Укоопспілка зі своїми місцями 136, 123, 131, 134 та з питомою вагою у капіталі банківської системи України 0,058 % нажалі, аж ніяк не можна назвати перспективним та конкурентоспроможним [4]. До того ж банк не є членом Асоціації українських банків, не співпрацює з рейтинговими агенціями, не володіє відомим і коштовним брендом, у нього відсутня потужна розгалужена філіальна мережа, маркетингова та рекламна стратегія банку не витримує жодної критики, що відображається як на асортименті банківських продуктів так і на його репутації на ринку. До того ж питання реформування відносин власності у системі споживчої кооперації для залучення стратегічного інвестора значною мірою виникло і внаслідок того, що Банк Укоопспілка не виконував в повному обсязі кредитну функцію для поповнення обігових коштів кооперативних підприємств.

Такий стан банку Укоопспілка особливо турбує внаслідок того, що можливості, що існують для його розвитку дійсно вражають. До основних переваг та можливостей Банку Укоопспілка можна віднести наступні:

- наявність потужної клієнтської бази у вигляді підприємств

системи споживчої кооперації України, їх працівників та афілійованих структур (насправді такому потенціалу клієнтської бази може позаздрити будь-який найуспішніший банк України);

- розміщення хед-офісу банку на центральній площі столиці країни (до того ж і в самому Приміщенні Укоопспілки), можливість формувати філіальну мережу на основі приміщень Обласних спілок споживчих товариств, котрі розташовані в центральних районах обласних центрів привабливих для банківського бізнесу, що додатково сприяє активному розвитку реклами та механізмів просування банківських продуктів;

- наявність наукового потенціалу, сконцентрованого у ВНЗ Укоопспілки, для досліджень ринку банківських продуктів та формування сучасної маркетингової стратегії банку та кадрового забезпечення навчальними закладами Укоопспілки структурних підрозділів банку, наявність значного потенціалу фахівців ІТ технологій, що для банківського сектору є особливо важливим і актуальним;

- повернення до складу Укоопспілки донецьких структур споживчої кооперації (а в майбутньому, я переконаний, і інших Облспоживспілок, що вийшли раніше) розширює можливості для банківського бізнесу та відкриває доступ до ринку банківських продуктів та банківського капіталу Донецького регіону;

- наявність власних засобів масової інформації Укоопспілки, що може суттєво сприяти просуванню банківських продуктів (але нажалі я не пригадую активного використання Банком Укоопспілка кооперативних засобів масової інформації для просування банківських продуктів та формування його бренду);

- наявність в Укоопспілці власної страхової компанії для часткової мінімізації кредитного ризику;

- наявність у Закарпатському регіоні банку Коопінвест, котрий може стати стратегічним партнером Банку Укоопспілка на регіональному рівні;

- можливість використання співпраці Укоопспілки з кооперативними структурами та організаціями за кордоном в межах Міжнародного кооперативного альянсу для пошуку та залучення потужного іноземного інвестора із країн з розвинутою економікою для розвитку Банку Укоопспілка через міжнародні банківські кредити (при цьому в даному випадку мова йде не про інвестиції у власний капітал, а саме про міжбанківський кредит) з розширенням можливостей здійснення міжнародних розрахун-

ків та обслуговування зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Подальше реформування Банку Укоопспілка можливо наступними засобами:

1. Шляхом пошуку та впровадження нових форм залучення інвесторів у власний капітал банку, аналогічно тим механізмам реформування власності про які йдеться у дискусіях по реформуванню споживчої кооперації України.

2. Шляхом використання нереалізованих можливостей банку через відповідну програму його розвитку.

Реформування Банку Укоопспілка повинно здійснюватись в комплексі, тобто по всім напрямкам його невичерпаних можливостей. *Змістовною частиною процесів реформування Банку Укоопспілка повинно стати спрямування зусиль на повне використання зазначених вище нереалізованих можливостей, що виникають внаслідок співпраці з системою споживчої кооперації України.* При цьому впровадження інноваційних банківських продуктів, висвітлених на сторінках другого номеру журналу «Українська кооперація» [5] та монографії Момота О. М. та Брітченко І. Г. [6] є невід'ємною складовою комерційного успіху Банку Укоопспілка.

Реформування Банку Укоопспілка дещо відрізняється від реформування підприємств споживчої кооперації України і може бути здійснено виключно на обґрунтованих наукових засадах з залученням провідних фахівців у банківській сфері. У зв'язку з цим доцільним є доручення широких наукових кіл до пошуку нових інструментів реформування Банку Укоопспілка. Враховуючи специфіку банківської діяльності, доцільно створити дорадчий орган при існуючій комісії, або доручити банку створити у себе аналогічну комісію, або хоча б долучитись керівництву банка якщо не до робочої групи, то хоча б до дискусії по реформуванню системи споживчої кооперації. У випадку з реформуванням Банку Укоопспілка як ніколи актуальним є галас: кадри вирішують все.

Література

1. Інформація, отримана з офіційного веб-сайту ПАТ «Банк Укоопспілка» <http://www.bankukoospilka.kiev.ua>.
2. Інформація, отримана з офіційного веб-сайту Асоціації українських банків <http://www.aub.com.ua>.

3. Інформація, отримана з офіційного веб-сайту Державного комітету статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Інформація, отримана з офіційного веб-сайту Національного банку України <http://www.bank.gov.ua>.
5. Офіційний сайт журналу «Українська кооперація» № 2 <http://www.ukrcoop-journal.com.ua>.
6. Момот О. М. Інтегровані банківські послуги та конкурентоспроможність банківської системи / під наук. ред. І. Г. Брітченко. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2008 – 315 с.

НЕОБХІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ КОНТРОЛІНГУ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ І ОРГАНІЗАЦІЙ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

*В. В. Карцева, к. е. н., доцент, докторант
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Нестійкість економічної ситуації, яка склалася на сучасному етапі розвитку України, призводить до того, що успіх діяльності підприємств і організацій споживчої кооперації значною мірою залежить від обраних методів здійснення управлінської діяльності, які дають можливість забезпечити ефективну роботу системи.

Теоретичні і практичні аспекти розвитку системи споживчої кооперації України та дослідження оцінки її діяльності знайшли відображення у наукових працях вітчизняних учених: С. Г. Бабенка, П. Ю. Балабана, М. П. Балабана, М. П. Бутка, С. Д. Гелея, В. В. Гончаренка, І. А. Маркіної, В. П. Мащенко та ін., разом з тим питання щодо формування стратегії розвитку підприємств і організацій споживчої кооперації на базі контролінгу потребують подальшого дослідження. Функціонування підприємств і організацій споживчої кооперації відбувається в період змін як в економіці держави так і всередині самої системи споживчої кооперації, тому питання формування дієвої стратегії розвитку є досить актуальним.

Діяльність підприємств і організацій споживчої кооперації в умовах ринку визначається стратегією, яка реалізується через організацію внутрішніх бізнес-процесів та створення відповідної системи управління. Використання контролінгу дає можливість сформулювати цілісну систему управління, призначену забезпечити якісне і своєчасне виконання завдань, передбачених обраною стратегією.

Ефективність фінансово – господарської діяльності, динамічний розвиток багатогалузевого господарства споживчої кооперації в умовах конкурентного середовища вимагає чіткої стратегії Центральної спілки споживчих товариств України, Кримспоживспілки, обласних і районних споживспілок щодо економічного і соціального розвитку споживчої кооперації на поточний рік і перспективу та підпорядкування їй фінансового планування і прогнозування. В цьому напрямі XIX з'їзд споживчої кооперації України схвалив стратегію розвитку споживчої кооперації на період до 2015 року. В даному документі обґрунтовані основні стратегічні пріоритети розвитку споживчої кооперації, її фінансово-економічна та інноваційна стратегія.

Можна виділити основні стратегічні напрями розвитку споживчої кооперації на період до 2015 р.:

- посилення планових та прогнозних основ розвитку;
- фінансова стабілізація;
- удосконалення фінансового аналізу, планування і прогнозування;
- покращення управління фінансами;
- активізація інвестиційної та інноваційної діяльності споживчої кооперації [3, с. 13–15].

Питання забезпечення стабільного розвитку підприємств і організацій споживчої кооперації є досить актуальними. Контролінг, як складова системи управління підприємством, сприяє підвищенню якості управління та забезпеченню усіх управлінських ланок релевантною інформацією.

Загальна система контролінгу реалізує і координує діяльність підприємства як у стратегічному, так і у оперативному напрямках. Попченко Є. Л., Ермасова Н. Б. підкреслюють, що «головне в стратегічному контролінгу – координація і контроль усіх етапів стратегічного менеджменту як процесу і усіх його елементів як системи, то стратегічний контролінг координує функції стратегічного планування, контролю і системи стратегічного інформаційного забезпечення» [2, с. 41].

Стратегія має відображати генеральну лінію розвитку підприємства, організації або системи в цілому, причому стратегія має носити глобальний, довгостроковий характер.

При формуванні стратегічних критеріїв мають бути враховані саме стратегічні аспекти розвитку, а не загальні аспекти діяльності. Разом з тим, стратегічні установки мають бути вимірюва-

<i>Сангинов Н. С., Кадырова З. Х.</i> Методические аспекты оценки экономического потенциала потребительской кооперации	147
<i>Джабуров А. И., Турсунов Х. М.</i> Роль экспертизы в повышении качества и безопасности продовольственных товаров	153
<i>Афанасьева Л. В.</i> Интеграционные связи потребительской кооперации с агропромышленным комплексом	157
<i>Курлейко Б. А.</i> Трансформація аграрного сектора України як основа розвитку ринків споживчої кооперації	160
<i>Фірсова Н. В.</i> Сучасний стан та перспективи розвитку споживчої кооперації Полтавської області	163
<i>Шкарупа В. Г., Бондаренко М. О.</i> Проблеми і перспективи розвитку ресторанного господарства споживчої кооперації	166
<i>Чернявська О. В., Рафальська О. М.</i> Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства споживчої кооперації	169
<i>Брітченко І. Г.</i> Реформування та розвиток кооперативних банків на прикладі ПАТ «БАНК УКООПСПІЛКА»	174
<i>Карцева В. В.</i> Необхідність використання контролінгу при формуванні стратегії розвитку підприємств і організацій споживчої кооперації	178
<i>Скляр Г. П., Мокерова Н. В.</i> Споживча кооперація як елемент інфраструктури туризму	181
<i>Тимошенко Ю. Б.</i> Использование информационных технологий в деятельности предприятий общественного питания	183
<i>Максюта В. В.</i> Напрями підвищення продуктивності праці на торговельних підприємствах і організаціях системи Укоопспілки	185
<i>Рудаковский Я. С.</i> Роль и значимость кооперативного движения в республике Беларусь	189

<i>Томкович М. П.</i> Значение и перспективы развития потребительской кооперации на современном рынке оптовой торговли республики Беларусь	190
<i>Тухарь Ф. И.</i> Инновационные процессы в бухгалтерском учете потребительской кооперации Молдовы	194
<i>Шукуров Т. Ш.</i> Развитие кооперативного предпринимательства в Азербайджане	197
<i>Курбонов А. Р., Туйчикулов З. Д.</i> Таджикистан и пути их решения проблемы налогообложения потребительской кооперации республики	200

СЕКЦІЯ 4 КРЕДИТНА КООПЕРАЦІЯ В УКРАЇНІ І СВІТІ

<i>Гаркуша О. В.</i> Становлення державного регулювання кредитної кооперації у надніпрянській Україні (кінець XIX—початок XX ст.)	205
<i>Гончаренко В. В.</i> Важливість відродження кооперативних банків в Україні в умовах поглиблення кризових явищ у світовій економіці	208
<i>Клименко В. І.</i> Значення кооперативних банків у Європі	214
<i>Пожар А. А.</i> Особливості сучасного розвитку кредитних спілок Великобританії	215
<i>Климко О. Л.</i> Тенденції у діяльності кредитних спілок США у період кризи	218
<i>Дзюба В. В.</i> Кредитная кооперация России: состояние и перспективы развития	221
<i>Черных Г. А.</i> Развитие сельскохозяйственных кредитных кооперативов в аграрном секторе России	225
<i>Морару С. К., Раевская И. А.</i> Опыт становления и развития кредитной кооперации в некоторых западных странах и его позитивное использование в республике Молдова	228