
II. ЕКОНОМІКА Й УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 658.1.003.12:339.37

СОЦІАЛЬНІ ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

В. А. ГРОСУЛ, доктор економічних наук, професор
(Харківський державний університет харчування та торгівлі);
Л. М. ШИМАНОВСЬКА-ДІАНИЧ, доктор економічних наук, професор
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. *Мета статті* полягає у визначенні сукупності соціальних функцій, які реалізують у своїй діяльності підприємства й організації споживчої кооперації, та їх характеристики. **Методика дослідження.** *Вирішення поставлених у статті завдань* здійснено за допомогою таких загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення, діалектичного підходу. **Результати.** *Виявлено три групи соціальних функцій споживчої кооперації, які запропоновано визначати у формі можливих і реалізованих дій щодо задоволення соціальних потреб, а саме: соціально-трудова функція; функція соціального захисту та соціального менеджменту; соціально-комунікативні функції.* **Практична значущість результатів дослідження.** *У статті обґрунтовано, що реалізація соціальних функцій підприємствами й організаціями споживчої кооперації сприятиме їх розвитку та забезпечуватиме впровадження в діяльність системи споживчої кооперації не тільки особливий «соціальний» спосіб господарської діяльності, а й реалізацію нової парадигми мислення, що поєднує ефективні ринкові механізми із соціальним захистом від негативних наслідків сучасної економіки. Основні наукові положення статті можна використовувати у практиці управління підприємствами й організаціями різних форм власності.*

Ключові слова: підприємства, організації, споживча кооперація, управління, соціальні функції, соціально-трудова функція, функції соціального захисту та соціального менеджменту, соціально-комунікативні функції.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Одним із найстаріших і найбільш поширених видів кооперації є споживча кооперація як компонент соціальних відносин у сільській місцевості. Вона спрямовує і контролює дії людей в економіці, соціальній сфері, культурі, побуті,

сім'ї; має соціальний статус і виконує певні соціальні ролі. Крім того, споживча кооперація – це стабільна сукупність форм соціального життя, адже в ній відображаються специфіка місцевих звичаїв, традицій і правил поведінки, соціальні норми й соціальні статуси. Це соціально-економічна та культурна організація з комплексом установ, частина регуля-

торів суспільних відносин на селі [1, 2, 5, 6].

Разом із тим слід зазначити, що за останні роки перетворень в економіці України споживча кооперація опинилася у кризовій ситуації: скоротилася її соціальна база, знизилися обсяги господарсько-фінансової діяльності, значно погіршився фінансовий стан її підприємств та організацій. Проте, особливо це добре помітно в сільській місцевості, затребуваність споживчої кооперації не тільки окремими громадянами, а й суспільством загалом не зменшується. Тому дослідження сучасних інституційних проблем споживчої кооперації є важливим та актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Із початком перебудовних перетворень, особливо – після проголошення кооперативного руху одним із головних чинників реформування економіки, інтерес до дослідження проблем споживчої кооперації у вітчизняній науці значно зріс. З'явилися десятки нових досліджень. Найбільш значні роботи в галузі дослідження споживчої кооперації у сфері економічного аналізу пов'язані, головним чином, з іменами таких учених, як І. Вахітов, А. Крашенінников, І. Лукінов, О. Фрідман, М. Аліман, Я. Антонюк, В. Апопій, С. Бабенко, П. Балабан, М. Балабан, М. Байдаков, О. Березін, Л. Березіна, А. Бернвальд, Г. Бланк, В. Блістер, П. Вахрін, М. Виноградський, Є. Воронова, Ю. Гавриленко, В. Галюк, С. Гелей, В. Геєць, Я. Гончарук, А. Гребньов, Н. Голошубова, В. Жигалов, М. Івлів, В. Куценко, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, Г. Макарова, В. Марцин, М. Овчарук, А. Панкратов, П. Саблук, В. Семчик, Н. Ушакова, Ф. Хміль, А. Чухно, Ю. Шемшученко та ін. Проте, в останні роки з'явилися роботи, які розглядають споживчу кооперацію як соціальний інститут, зокрема, авторами таких наукових робіт є: В. Власенко, Я. Барібіна, Л. Березіна, В. Гончаренко, Т. Костишина, І. Маркіна, А. Пантелеймоненко, Г. Скляр, В. Сторожук та ін. Ці роботи або присвячені всій системі споживчої кооперації, або досліджують окремі напрями її функціонування. Разом із тим потребують подальших досліджень питання, пов'язані з уточненням і розвитком саме соціальних функцій, які виконує як споживча кооперація в цілому, так і її організації і підприємства.

Формування цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає у визначенні су-

купності соціальних функцій, які реалізують у своїй діяльності підприємства й організації споживчої кооперації, та їх характеристики.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Аналіз соціальних функцій споживчої кооперації неможливо проводити без знання витоків її розвитку, історичного досвіду виникнення, господарської діяльності та причин зникнення частини споживчих кооперативів. Тому, саме це й буде першим кроком нашого дослідження.

Виникнення як споживчих, так і інших кооперативів, зазвичай, пов'язують із розвитком капіталістичних відносин у суспільстві й утворенням системи капіталістичної економіки, але не завжди повністю розкривають глибинні причини їх появи. Справа в тому, що незалежно від правової форми їх організації, усі вони, тією чи тією мірою, є об'єднанням людей із метою задоволення своїх економічних і соціальних потреб. Саме тому, основою їх виникнення було те, що все суспільство, за організацією своєї господарської діяльності, представляло собою сукупність споживчих господарств. Але на всіх етапах розвитку людського суспільства в ньому завжди виділялися окремі спільноти людей, які організовували свої автономні й незалежні споживчі господарства. Можна стверджувати, що все різноманіття причин їх виділення з навколишнього суспільства зводиться до неузгодженості цілей певної групи людей із цілями всього суспільства, тобто до виникнення групових специфічних потреб і неможливості їх задоволення в панівній економічній системі. Особливістю існування окремих об'єднань людей було те, що вони змушені були захищати своє об'єднання від суспільства, з якого воно й виділилося, а відповідна нечисленність та економічна слабкість (у період виділення) окремих об'єднань змушувала їх застосовувати у своїй діяльності вдосконалені й багато в чому відмінні від інших методи господарювання [10–12].

Крім того, ураховуючи, що рівень розвитку техніки й технології того часу був приблизно однаковий для всіх, то основні вдосконалення господарської діяльності стосувалися її організації: управління, участь членів, розподіл доходів і т. ін. Доцільність змін у господарюванні перевірялася на практиці: споживчі господарства або підтверджували ефективність внесе-

них змін (і тоді це господарство продовжувало розвиватися), або доводили їх неспроможність (у цьому випадку господарство розпадалося).

Для подальшого аналізу причин виникнення кооперативів потрібно зрозуміти, що кооперативні принципи не з'явилися з нічого, вони обґрунтовані багатовіковим досвідом, нехтування яким призводить до негативного результату й нині.

Продовжуючи історичний екскурс, слід зазначити, що у ХІХ ст. відбувалась докорінна та принципова зміна форм господарювання: розвивалися підприємницькі приватні підприємства й акціонерні товариства, які, як більш прогресивні форми, повсюдно заміняли споживчі форми господарювання. Цей період багато в чому був схожий на сучасний період розвитку українського суспільства: руйнується система соціальних та економічних відносин, відбувається різке розшарування суспільства не за соціальними, а за економічними ознаками [10–12].

Неможливість задоволення своїх (у першу чергу, економічних і соціальних) потреб в умовах історично сформованого капіталістичного суспільства змусила звернутися до перевіреного століттями способу виживання – створення споживчих товариств-кооперативів, що протистоять підприємницьким господарствам.

Новий етап виділення споживчих господарств з панівної капіталістичної економічної системи відбувався на якісно іншому рівні, який визначив відмінності кооперативів від раніше існуючих самостійних споживчих господарств: соціальною базою кооперативів стає переважна частина суспільства, а не окремі групи людей; змінюються пріоритети цілей і методи їх досягнення. На перше місце виходять економічні й соціальні мотивації, витісняючи мотивації релігійні й корпоративні; посилюються демократичні засади як результат демократизації всього суспільства та зміни пріоритетів цілей; удосконалення методів господарювання в кооперативах відбувається через об'єднання в якісно нові форми перевірених століттями методів ведення споживчих господарств і нових, підприємницьких, методів [10–12].

Як відомо, кооператив має подвійну природу: за своїми цілями – це споживче господарство; за методами досягнення цілей – це підприємницьке господарство; за способом роз-

поділу прибутку – це споживче господарство.

Із правової точки зору, виділення кооперативів з інших видів господарських об'єднань (як підприємницьких, так і споживчих) обґрунтовано так: існуюча, до поширення підприємницьких господарств, система господарювання тією чи тією мірою носила споживчий характер, а окремі господарства, які виділялися з неї, вкладалися в існуючу систему як її складові елементи, що були засновані на релігійних або корпоративних принципах, дотримувалися прийнятих у системі методів господарювання і у кінцевому підсумку зливалися із системою. Ці кооперативи, що виділилися з підприємницької системи господарювання, принципово відрізнялися від неї цілями господарювання, тому залишаються відокремленими [6, 8].

Виникнення різних видів підприємницьких господарств, часто заснованих на кооперації, зажадало введення поняття «кооператив», яке виділяє цей вид об'єднання людей із господарств підприємницького напрямку й підкреслює притаманний тільки кооперативу первісний зміст господарського співробітництва: співпраця з метою задоволення життєвих потреб, але, на відміну від докапіталістичних споживчих господарств, на підприємницьких засадах.

Нині процес формування і розвитку кооперації йде у напрямку розширення та різноманітності її інституційних елементів і розвитку соціально-орієнтованого характеру їх діяльності [3, 6, 11, 13].

Споживча кооперація – одна з найстаріших організаційних форм некомерційного сектора економіки, ставить собі за мету допомогу сільськогосподарським товаровиробникам у розвитку їх економіки й підвищенні ефективності виробництва, а також у вирішенні соціальних та економічних проблем мешканців сільської місцевості.

Визначаючи місце споживчої кооперації в системі некомерційного сектора економіки, перш за все, хотілося б відзначити, що існує ціла низка поглядів, позицій, точок зору на саму природу некомерційного сектора. Сутність їх зводиться до того, що споживча кооперація, як організаційно-правова форма, скоріше виняток для некомерційного сектора, ніж його закономірний продукт. Це пояснюється тим, що споживча кооперація, більшою мірою,

підпадає під критеріальні ознаки комерційного сектора економіки (одержання прибутку й розподіл його між учасниками виробництва). Проте, цільові функції споживчої кооперації та механізми управління нею, реалізуючись у системі некомерційних інтересів (надання допомоги пайовикам, безробітним, пенсіонерам тощо), і засновані на засадах демократичного врядування, дозволяють уважати споживчу кооперацію некомерційною структурою. Такий подвійний характер наведеної організаційно-правової форми дозволяє вважати кооперацію споживачів прикордонною перехідною формою від комерційної до некомерційної структури економіки, що поєднує в собі ознаки обох структур [11, 13].

Необхідно відзначити, що із приводу змісту кооперації як суспільного інституту також існує кілька точок зору. Кожна з них окремо не в змозі розкрити соціально-економічне значення кооперації, але, узагальнюючи трактування різних дослідників кооперативної теорії і практики, можна зробити висновок, що кооперація об'єднує у своєму понятті три складові: кооперація – форма праці; кооперація – господарське підприємство; кооперація – громадський рух.

З позицій соціологічного аналізу провідні напрями у визначенні системи споживчої кооперації в українських дослідженнях такі: 1) «економічний детермінізм» як напрям, що висуває економічні функції споживчої коопе-

рації в якості основних; 2) «соціологізований» напрям, який визнає високу роль соціальних функцій споживчої кооперації, виконання яких є можливим у разі ефективної реалізації економічних функцій; 3) «соціологічний» напрям, який визначає соціальні функції споживчої кооперації головними і віддає пріоритет їх розвитку [1–3, 5, 11, 13].

На нашу думку, споживча кооперація – це соціально-економічний інститут. Як відомо, соціальний інститут – це: постійно повторювані й такі, що відтворюються, відносини людей (наприклад, інститут шлюбу, інститут сім'ї, інститути державного адміністрування тощо); стійка сукупність людей, груп, установ, діяльність яких спрямована на виконання конкретних суспільних функцій, а будується ця діяльність на основі певних норм і правил. Отже, розрізняють чотири сфери життєдіяльності суспільства, до кожної з яких входять різні суспільні інститути й виникають різні суспільні відносини (рис. 1).

Виходячи з цього, ми виділили чотири найбільш загальні ознаки, які, на нашу думку, властиві споживчій кооперації як соціальному інституту:

1. Установки та зразки поведінки (взаємодопомога, солідарна відповідальність, повага до членів кооперативу та ін.). В останній чверті XX ст. кооператори різних країн активно обговорювали питання щодо змісту основних цінностей кооперації.

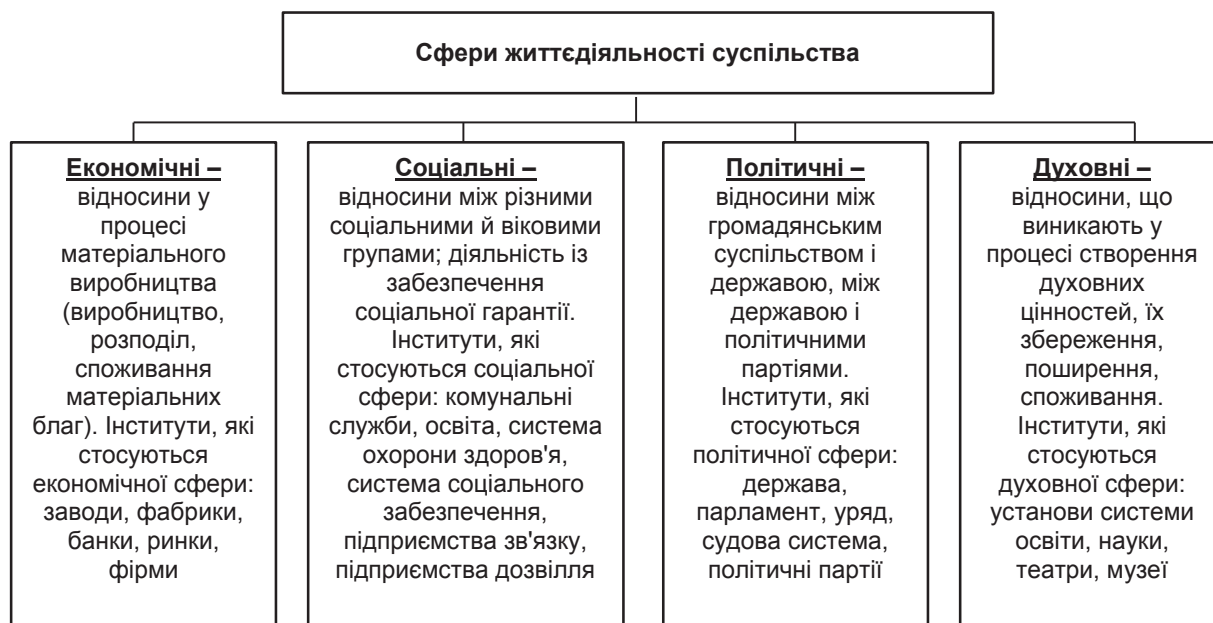


Рис. 1. Сфери життєдіяльності суспільства

У ході обговорення були висловлені пропозиції визнати в якості кооперативних цінностей самопомогу членів кооперативів, боротьбу за ліквідацію прибутку як головного мотиву кооперативної діяльності, задоволення потреб членів і їх участь у справах кооперативів та ін. У кінцевому підсумку світова кооперативна громадськість проголосила основні моральні, етичні цінності кооперації: взаємна допомога, демократія, рівність, справедливість і солідарність.

2. Унітарні культурні (фізичні) риси (магазини, заводи для виробництва та ін.). Родова ознака кооперативу – його власність на майно. Майно належить кожному даному кооперативу в цілому. Без майна, без капіталу неможлива нормальна економічна й соціальна робота кооперативу.

3. Усний і письмовий кодекси (статути, правові гарантії, закони, правила). Кооперативи є юридичними особами. Як юридична особа кооператив діє на підставі свого статуту, здійснює свою діяльність легально (на законних підставах).

4. Ідеологія (рівність членів, демократизм у кооперативі, добровільне, а не примусове членство, свобода торгівлі та ін.). Кооперативи – масові організації.

Отже, можна дати таке визначення споживчої кооперації як соціального інституту – це організовані об'єднання людей, які виконують певні соціально значимі функції, що забезпечують спільне досягнення цілей на основі тих соціальних ролей, які виконують їх члени та які задаються соціальними цінностями, нормами та зразками поведінки.

Кожен інститут виконує свою, характерну для нього, соціальну функцію. Ці функції дуже різноманітні, проте, основною функцією будь-якого соціального інституту є задоволення соціальних потреб, заради яких він був створений та існує. Для здійснення цієї функції кожному інституту доводиться виконувати низку додаткових функцій, що забезпечують спільну діяльність людей, які прагнуть до задоволення потреб (табл. 1).

Таблиця 1

Функції соціального інституту

Функція	Характеристика
Функція закріплення і відтворення суспільних відносин	Система правил і норм поведінки, що закріплюють, стандартизують поведінку кожного члена інституту й роблять цю поведінку передбачуваною
Регулятивна функція	Вироблений соціальним інститутом шаблон поведінки, норм і контролю, який регулює взаємовідносини між членами суспільства (тобто соціальний інститут як елемент соціального контролю)
Інтеграційна функція	Процеси згуртування, взаємозалежності та взаємовідповідальності членів соціальних груп, що відбуваються під впливом інституціоналізованих норм, правил, санкцій і систем ролей
Трансляційна функція	Передача соціального досвіду новим людям, які приходять у соціальний інститут, як за рахунок розширення соціальних кордонів інституту, так і зміни поколінь. Для цього в кожному інституті передбачений механізм, що дозволяє індивідам соціалізуватися до його цінностей, норм і ролей
Комунікативна функція	Поширення виробленої в інституті інформації як усередині інституту з метою управління та контролю за дотриманням норм, так і передача її під час взаємодії з іншими інститутами

На основі вищевикладеного нами були виявлені три групи соціальних функцій споживчої кооперації, які реалізуються її підприємствами й організаціями та які ми пропонуємо визначати у формі можливих і реалізованих дій щодо задоволення соціальних потреб: соціально-трудова функція; функції соціального захисту та соціального мен-

сиджменту; соціально-комунікативні функції (рис. 2).

Розглянемо більш детально ці функції і їх складові. Що стосується соціально-трудова функції, то до її складу входять: функція щодо задоволення потреб у праці; функція забезпечення можливості вибору сфери професійної діяльності; функція забезпечення матеріальної винагороди за трудову діяльність.



Рис. 2. Соціальні функції споживчої кооперації, які реалізують її підприємства й організації

Будучи націленими на задоволення потреб і запитів своїх членів, кооперативи піклуються про сталий розвиток суспільства загалом, наприклад, беручи участь у створенні додаткових робочих місць у країні.

Проблема зайнятості населення та її рішення – основний напрям боротьби з бідністю, одне з центральних завдань у цілісності кооперативних організацій усіх рівнів, що є втіленням у життя низки постанов Раді Укркоопспілки. Утворення нових робочих місць,

що обумовлює зростання чисельності працівників споживчої кооперації, безпосередньо пов'язане з розширенням обсягу діяльності діючих підприємств, уведенням у дію нових підприємств. Якщо говорити про традиційні галузі діяльності – торгівля, громадське харчування, промисловість – це значною мірою зумовлене інвестиційними вкладеннями. Тому, цей шлях має обмежені можливості реалізації, а реальні резерви збільшення кількості робочих місць можуть бути закладені в розвитку

нетрадиційних для споживчої кооперації напрямів діяльності: торгівля медикаментами, сільськогосподарське виробництво, туристична діяльність, готельне господарство, борошномельне виробництво, розвиток сфери послуг і т. ін.

Слід відзначити особливу соціально-економічну роль сфери послуг. Пошиття і ремонт одягу та взуття, ремонт меблів, холодильників, теле- і радіоапаратури, фотоательє, перукарні, ритуальні послуги, виготовлення металовиробів та інші послуги, які задовольняють потреби сільського населення, покращують середовище проживання, звільняючи його від низки побутових клопотів. Розвиток сфери послуг, забезпечуючи створення додаткових робочих місць, сприятиме підвищенню рівня життя селян. Крім того, вони створюють можливість забезпечення занять таким соціально незахищеним верствам сільського населення, як пенсіонери й інваліди. Особливе соціальне значення може мати надання роботи на неповний робочий день для цих категорій населення. З огляду на те, що надання послуг є видом господарської діяльності, слід зазначити їх роль і у створенні валового доходу кооперативних організацій.

Крім того, у діяльності споживчої кооперації є серйозні можливості підвищення зайнятості сільського населення без створення нових робочих місць на основі його самозайнятості. Вони можуть бути пов'язані із залученням населення до економічного партнерства зі споживчою кооперацією через організацію закупівель сільськогосподарської продукції, лікарсько-технічної сировини, виробів народних промислів, продуктів індивідуальної трудової діяльності громадян на замовлення споживчої кооперації.

Споживча кооперація може реалізовувати можливості використання надомної праці та створювати умови для відродження народних промислів, збереження і розвитку національної культури, самобутності ремесел.

Одним із реальних механізмів забезпечення зайнятості населення може стати організація громадських робіт. Із кожним сільським жителем, який побажає працювати в системі споживчої кооперації на умовах громадських робіт, споживчі товариства можуть укласти строковий трудовий договір. При цьому підставою для прийняття його на роботу може бути направлення на участь у громадських ро-

ботах у конкретній кооперативній організації, видане органами служби зайнятості.

Важливою формою реалізації соціальної місії споживчої кооперації є її участь у формуванні доходів населення, а саме: оплата праці працівників споживчої кооперації та кооперативні виплати, передбачені чинним законодавством України. Кооперативні виплати обумовлені економічною участю пайовиків, яка виявляється в чотирьох формах: купівля товарів у підприємств споживчої кооперації; здача сільгосппродукції, непродовольчих товарів власного виготовлення організаціям споживчої кооперації; формування кооперативного капіталу (пайового фонду); кредитування організацій споживчої кооперації для поповнення оборотних коштів.

Усі форми економічної участі повинні бути оплачені, тобто економічна участь пайовиків обертається захистом їх соціальних інтересів, що виражається у формуванні їх доходів.

Щодо другої групи соціальних функцій, зокрема функцій соціального захисту та соціального менеджменту, то вона включає в себе: функції захисту малозабезпечених, соціального кредитування, соціальної адаптації до наслідків економічних реформ та функції впливу на розвиток товариства через демократизовану систему управління.

Споживча кооперація в кожному регіоні України має виступати надійним союзником місцевих органів влади в реалізації програм соціального захисту населення, а саме: надання підтримки та сприяння безробітним, малозабезпеченим. Це, перш за все, підвищення зайнятості населення, створення нових робочих місць, які відкриваються в разі розширення обсягів виробництва, освоєння нових видів послуг. Це закупівля всієї продукції, пропонуваної приватними садибами, продаж товарів у віддалених селах за єдиними для району цінами, пільги для ветеранів, інвалідів, малозабезпечених багатодітних сімей та ін. А що стосується функції впливу на розвиток товариств через демократизовану систему управління, то через об'єднання один з одним і через взаємну відповідальність кооперативи також можуть домогтися багато чого, особливо для посилення свого впливу на ринкову ситуацію і на політику уряду.

І, нарешті, третя група – соціально-комунікативні функції, що включає в себе: функції

щодо забезпечення потреб в освіті (через відповідну галузеву освітню систему); функції щодо задоволення культурних потреб (організація свят, урочистих заходів тощо); функції щодо задоволення потреб у спілкуванні через колективну участь в управлінні споживчим товариством.

Отже, підсумовуючи, можна зазначити, що кооперація як форма взаємодії людей бере на себе частину функцій щодо задоволення матеріальних і духовних потреб сільського населення.

Соціальна місія споживчої кооперації виявляється в тому, що здійснювані в межах цієї форми торгівля, громадське харчування, закупівля сільськогосподарської продукції, виробництво товарів, платні послуги, капітальне будівництво, сільськогосподарське виробництво, розвиток транспорту, освітні, медичні та санаторно-курортні послуги спрямовані на соціальну підтримку й захист сільського населення.

Протягом багатовікової історії суспільного розвитку існували певні види діяльності, якими займалися групи людей. Групові об'єднання забезпечували більш ефективну діяльність у порівнянні з індивідуальною: формально кооперативи різних видів з'явилися на європейському континенті в умовах розвитку товарно-грошових відносин у середині XIX ст.

У широкому сенсі кооперація – соціально-господарська організація (об'єднання кооперативів), у вузькому (кооперація праці) – форма організації праці, за якої люди беруть участь в одному або різних, але пов'язаних між собою процесах праці. Крім того, поняття «кооперація» вживається в різних значеннях для позначення сукупності кооперативів: об'єднують представників певних соціальних верств; здійснюють діяльність у різних регіонах країни; здійснюють діяльність у різних галузях економіки (споживча, виробнича, кредитна, сільськогосподарська, будівельна, житлова й т. ін.).

Ці кооперативи відповідають певним ознаками, під якими розуміють певні риси, які відрізняють їх від усіх інших громадських організацій і господарюючих суб'єктів. Основною відмінною ознакою кооперативу є одночасне поєднання у процесі діяльності двох сфер: соціальної й економічної.

Розглядаючи кооператив як соціальну організацію, можна виділити такі його специфіч-

ні ознаки: автономна асоціація, незалежна від уряду та інших державних структур, а також економічних суб'єктів різних організаційно-правових форм. Цінності кооперації, взаємно переплітаючись і доповнюючи один одного, є основою для розробки кооперативних принципів – правил, основних положень, якими повинні керуватися члени кооперативів, їх керівники та працівники у своїй соціально-економічній діяльності.

Система споживчої кооперації, яка із самого свого зародження в середині XIX ст. була чинником оптимального пристосування сільських жителів до жорстких умов ринкового господарювання, покликана зіграти особливу роль у їх соціальній адаптації до економічних і політичних перетворень, які відбуваються в нашій країні. Споживча кооперація і в колишні часи, і нині здійснювала не тільки торгівлю, виробництво, заготівлі, мобілізуючи мало використовувані у традиційному ринковому господарстві ресурси, а й виконувала важливі соціальні функції боротьби з бідністю і безробіттям, соціального партнерства мало-забезпечених і індивідуальних товаровиробників.

У сучасних умовах до вищеперелічених соціальних функцій споживчої кооперації приєдналися підготовка через систему власних закладів освіти фахівців високого професійного рівня й інші способи консолідації інтелектуальних ресурсів. Отже, система споживчої кооперації є не тільки особливим «соціальним» способом господарської діяльності, а й уособлює реалізацію нової парадигми мислення, що поєднує ефективні ринкові механізми з соціальним захистом від негативних наслідків сучасної економіки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабенко С. Г. Споживча кооперація України: етапи становлення, тенденції, сучасні пріоритети розвитку / С. Г. Бабенко // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. Діловий випуск. – 2006. – 20 жовт. – С. 24.
2. Бабенко С. Г. Українська кооперативна ідея в загальноєвропейському контексті / С. Г. Ба-

- бенко, С. Д. Гелей. – Київ : Вісті ЦССТУ, 2003. – 160 с.
3. Балабан П. Ю. Підприємницька діяльність у споживчій кооперації : теоретичні аспекти / П. Ю. Балабан, А. Ю. Рутгайзер // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. Сер.: Економічні науки. – 2004. – № 1 (11). – С. 69–73.
 4. Боїн В. О. Управління організаційно-економічним механізмом розвитку конкурентоспроможності торговельних підприємств споживчої кооперації / В. О. Боїн // Вісник ОДЕУ, 2009. – № 4 (82). – С. 71–76.
 5. Ваніловський М. Українська кооперація: вимоги сьогодення і перспективи / Ваніловський М. // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. Діловий випуск. – 2006. – 1 груд. – С. 33.
 6. Геєць В. М. Кооперація вчора, сьогодні і завтра: науково-практичні аспекти / В. М. Геєць, Л. П. Горкіна // Споживча кооперація України: історичний досвід, сучасний розвиток, стратегічні орієнтири : зб. наук. допов. Всеукр. наук.-практ. конф. – Львів : ЛКА, 2010. – С. 21–44.
 7. Гончаренко В. В. Реформуючись, кооперація має зберегти соціальну функцію / В. В. Гончаренко // Голос України : від 06.12.2011. – № 229. – С. 6–7.
 8. Життя вимагає енергійних дій: із доповіді Владислава Гончаренка, голови правління Укоопспілки // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. – 2011. – 2 червня. – С. 2–3.
 9. Заходи поглиблення співпраці споживчої кооперації України з європейськими кооперативними організаціями як чинник прискорення євроінтеграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/Monitor18/03.htm> (дата звернення: 15.05.2016). – Назва з екрана.
 10. Історія споживчої кооперації України : підруч. для студ. коопер. вузів / М. В. Аліман, С. Г. Бабенко, С. Д. Гелей [та ін.]. – Львів : Ін-т українознавства НАН України, 1996. – 383 с.
 11. Скляр Г. П. Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці : монографія / Г. П. Скляр. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 279 с.
 12. Споживча кооперація України: проблеми сучасного розвитку / В. В. Апопій, С. Г. Бабенко, Г. І. Башнянін [та ін.]. – Львів : Коопосвіта, 1999. – Кн. 1. – 366 с.
 13. Шимановська-Діанич Л. М. Організаційно-економічний механізм управління розвитком підприємств та організацій споживчої кооперації України: теорія і практика : монографія / Л. М. Шимановська-Діанич, В. А. Власенко. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. – 341 с.

REFERENCES

1. Babenko, S. G. (2006). Spozshyvcha kooperaciya Ukrainy: etapy stanovlennya, tendencii, suchasni prioritety rozvitku [Consumer Cooperatives in Ukraine: stages of development, trends, current development priorities]. *Visti Centralnoyi spilki spozshivchih tovaristv Ukrainy. Dilovuy vypusk – Proceedings of the Central Union of Consumer Societies of Ukraine. Business edition*, 20 October, 24 [in Ukrainian].
2. Babenko, S. G. & Geley, S. D. (2003). *Ukrainska kooperativna ideya v zagalnoevropeyskomu konteksty [Ukrainian cooperative idea in the European context]*. Kyiv: Visti CSSTU [in Ukrainian].
3. Balaban, P. U. & Rutgaizer, A. U. (2004). *Pidpriemnicka dyalnist u spozshyvchiiy kooperacii: teoretichni aspekty [Business in consumer cooperatives: theoretical aspects]*. *Naukoviy vasnik Poltavskogo universitetu spozshyvchoi kooperacii Ukrainuy. Seriya «Ekonomiczni nauki» – Scientific Bulletin of Poltava University of consumer cooperatives in Ukraine: Collected papers. Series: Economics (1 (11))*, (pp. 69-73). – Poltava: RVV PUSKU [in Ukrainian].

4. Boin, V. O. (2009). Upravlinnia organizaciyno-ekonomichnim mehanizmom rozvitku konkurentospromozhnosti torgovelyh pidpriemstv spozshyvchoyi kooperacii [Management of organizational-economic mechanism of consumer cooperatives commercial enterprises competitive development]. *Visnik ODEU – Bulletin of Odessa national economic university: Collected papers.* (4(82)), (pp.71-76) [in Ukrainian].
5. Vanilovskiy, M. (2006). Ukrainska kooperaciya: vimogi sogoedennia i perspektyvi [Ukrainian cooperation: the requirements of the present and prospects]. *Visti Centralnoy spilki spozshyvchih tovaristv Ukrainy. Diloviy vipusk – Proceedings of the Central Union of Consumer Societies of Ukraine. Business edition,* 1 grud., 33 [in Ukrainian].
6. Geec, V. M. & Gorkina, L. P. (2010). Kooperaciya vchora, cyogodni i zavtra: naukovopraktychni ashektu [Cooperation Yesterday, Today and Tomorrow: scientific and practical aspects]. Proceedings from *Vseukrainska naukovopraktychna konferentsiia «Spozshyvcha kooperaciya Ukrainy: istorichnyi dosvid, suchasnyi rozvitok, strategichni orientury» – All-Ukrainian Scientific and Practical Conference «Consumer cooperation Ukraine: historical experience, current development, strategic orientations»*. (pp. 21–44). Lviv: LKA [in Ukrainian].
7. Goncharenko, V. V. (2011). Reformuuchic, kooperaciya mae zberegy socialnu funkciu [At reforming, cooperation should preserve the social function]. *Holos Ukrainy – Voice of Ukraine,* 229, 6-7 [in Ukrainian].
8. (2011). Zshittya vimagaie energiy nich diy: iz dpoovidi Vladislava Goncharenka, golovy pravlinnia Ukoopspilky [Life requires vigorous action: report of Vladislav Goncharenko, Chairman of the Ukoopspilka Board]. *Visti Centralnoi spilki spozshyvchih tovaristv Ukrainy – Proceedings of the Central Union of Consumer Societies of Ukraine,* 2 June, Vol. 22, 2-3 [in Ukrainian].
9. Zahody poglyblennya spivpraci spozshyvchoyi kooperacii Ukrainy z evropeiskimi kooperativnimi organizaciyami yak chinnik priskorennya evrointegracii [Measures to deepen cooperation consumer cooperation of Ukraine with European cooperative organizations as a factor in the acceleration of European integration]. (n.d.). <http://old.niss.gov.ua/Monitor/Monitor18/03.htm>. Retrieved from <http://old.niss.gov.ua/Monitor/Monitor18/03.htm> (accessed 15 May 2016) [in Ukrainian].
10. Aliman, M. V., Babenko, S. G. & Geley, S. G. (1996). *Istoriya spozshyvchoyi kooperacii Ukrainy [History of Consumer Cooperatives in Ukraine]*. Lviv: In-t ukrainoznavstva NAN Ukrainy [in Ukrainian].
11. Sklar, G. P. (2008). *Ekonomichni umovi i proturichcha rozvitku kooperacii v perehydny ekonomici [Economic conditions and contradictions of consumer cooperatives in transition economies]*. Poltava: RVV PUSKU [in Ukrainian].
12. Apopiy, V. V., Babenko, C. G. & Bashnyanin, G. I. (1999). *Spozshyvcha kooperaciya Ukrainy: problem suchasnogo rozvitku [Consumer cooperatives Ukraine: problems of modern development]*. (Vol. 1). Lviv: Kooposvita [in Ukrainian].
13. Shymanovska-Dianich, L. M. & Vlasenko, V. A. (2010). Organizaciyno-ekonomichnyi mehanizm upravlinnya rozvitkom pidpriemstv ta organizacij spozshyvchoyi kooperacii Ukrainy: teoriya i praktika [Organizational-economic mechanism of development of the enterprises and organizations of consumer cooperatives in Ukraine: theory and practice]. Poltava: RVV PUET [in Ukrainian].

В. А. Гросул, доктор экономических наук, профессор (Харьковский государственный университет питания и торговли); **Л. М. Шимановская-Дианич**, доктор экономических наук, профессор (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Социальные функции предприятий и организаций потребительской кооперации.**

Аннотация. Цель статьи заключается в определении совокупности социальных функций, которые реализуют в своей деятельности предприятия и организации потребительской кооперации, и их характеристике. **Методика исследования.** Решение поставленных в статье задач осуществлено с помощью таких общенаучных и специальных методов исследования: анализа и синтеза, систематизации и обобщения, диалектического подхода.

Результаты. Выявлено три группы социальных функций потребительской кооперации, предложено определять в форме возможных и реализованных действий по удовлетворению социальных потребностей, а именно: социально-трудовые функции; функции социальной защиты и социального менеджмента и социально-коммуникативные функции. **Практическая значимость результатов исследования.** В статье обосновано, что реализация социальных функций предприятиями и организациями потребительской кооперации будет способствовать их развитию и обеспечивать внедрение в деятельность системы потребительской кооперации не только особый «социальный» способ хозяйственной деятельности, но и реализацию новой парадигмы мышления, которая объединяет эффективные рыночные механизмы с социальной защитой от негативных последствий современной экономики. Основные научные положения статьи можно использовать в практике управления предприятиями и организациями различных форм собственности.

Ключевые слова: предприятия, организации, потребительская кооперация, управление, социальные функции, социально-трудовые функции, функции социальной защиты и социального менеджмента, социально-коммуникативные функции.

V. Grosul, Dc. Econ. Sci., Prof. (Kharkiv State University of Food Technology and Trade); L. Shimanovska-Dianich Dc. of Econ. Sci., Prof. (University of Ukoopsilka Poltava University of Economics and Trade). **Social functions of enterprises and organizations of consumer cooperation.**

Summary. Purpose. The purpose of the article is to identify the totality of social functions in implementing its activities enterprises and organizations of consumer cooperatives and their characteristics. **Methodology of research.** The solution of these problems in an article carried by such scientific and special research methods: analysis and synthesis, generalization and systematization, the dialectical approach. **Findings.** Determined set of social functions in implementing its activities enterprises and organizations of consumer cooperatives. 3 groups revealed the social functions of the consumer cooperation, in the form proposed to determine possible and implemented actions to address social needs, namely: social and labor functions; function of social protection and social management and social and communicative functions. **Practical value.** The article substantiates that the implementation of the social functions of enterprises and organizations of consumer cooperation will promote their development and ensure the implementation of the activities of the system of consumer cooperatives is not only a special “social” way of business, but also the implementation of a new paradigm of thinking, combining efficient market mechanisms with social protection the negative effects of the modern economy. Main scientific article can be used in the practice of business management and organizations of various forms of ownership.

Keywords: businesses, organizations, consumer cooperatives, management, social functions, social and labor functions; function of social protection and social management, social and communicative functions.