

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КООПЕРАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

І. Я. МАКСИМЕНКО, асистент

(Запорізький національний технічний університет)

**Анотація.** Досліджено теоретико-методичні засади формування коопераційних зв'язків промислових підприємств; визначено їх класифікаційні ознаки та характеристики. Встановлено основні ознаки об'єднання підприємств у кооперацію, їх переваги та недоліки. Визначено основні завдання, які дозволяють вирішувати формування коопераційних зв'язків промислових підприємств. Виокремлено основні напрями кооперації промислових підприємств. Запропоновано пріоритетні перспективні напрями кооперації промислових підприємств.

**Ключові слова:** коопераційні зв'язки, комерційні зв'язки, кооперація, промислове підприємство, товаровиробники.

Комерційні зв'язки – це міжфірмова взаємодія, що виникає і розвивається в ході технологічного й економічного прогресу. У їх основі лежать розгалужені коопераційні зв'язки між підприємствами, що породжуються взаємною участю в капіталі.

Метою кооперації є задоволення економічних, соціальних та інших потреб членів кооперативних організацій на основі поєднання їх особистих та колективних інтересів, поділу між ними ризиків, витрат і доходів, розвитку їх самоорганізації, самоуправління та самоконтролю.

Кооперація – це форма взаємного надання послуг підприємствами у ході розв'язання проблем, що виникають у процесі комерційної діяльності. Це універсальна форма організації спільного виробництва, заснована на співпраці двох або декількох самостійних із правового та господарського поглядів підприємств на основі добровільних угод з метою підвищення загальної конкурентоспроможності.

Кооперація припускає спільні дії в розподілі виробництва продукції, комерційній співпраці, взаємній гарантії ризиків, загального захисту інвестицій і промислових секретів [1, с. 177].

Важливими завданнями підприємств, що проводять комерційні операції, як у ролі про-

давця, так і в ролі покупця є забезпечення надійності угоди та зниження комерційного ризику. Дрібні торгові підприємства (і оптові, і роздрібні) не мають довготривалої стійкості. Це пов'язано з недоліком грошових коштів, відсутністю інвестицій, інфляцією і іншими причинами [2, с. 89].

Світова практика показує, що упродовж року 1/3 малих підприємств банкрутує і стільки ж створюється, це свідчить про низький рівень життєздатності цих підприємств, тому система господарських зв'язків викликає необхідність кооперації окремих напрямів діяльності цих підприємств при збереженні їх самостійності [3, с. 9].

Основними ознаками об'єднання в кооперацію є:

- обопільна зацікавленість і використання потенційних можливостей у спільній роботі;
- правова і господарська самостійність підприємств, що кооперуються;
- спільна і планомірна дія на об'єкти кооперації;
- позначені результати від коопераційної діяльності.

У ході формування коопераційних зв'язків можливо виконати такі завдання:

- підвищувати конкурентоспроможність окремих підприємств і надійність їх роботи

за рахунок взаємної підтримки коопераційних підприємств і скорочення їх витрат на одиницю продукції (об'єднання маркетингових зусиль, пошук великого надійного постачальника тощо);

- підвищувати імідж кооперованих підприємств (певна гарантія надійності і стабільності роботи таких підприємств, які частенько використовують за домовленістю єдину торгову марку, що гарантує високий рівень якості товарів і послуг);

- об'єднувати фінансові кошти для закупівель великих партій товарів за нижчими цінами;

- об'єднувати зусилля для рекламування продукції, що реалізовується, що дозволяє скоротити питомі витрати на одиницю такої продукції;

- формувати єдину асортиментну політику і встановлювати уніфіковані вимоги до якості продукції (можливо, наприклад, створення лабораторної бази для усіх учасників угоди про кооперацію), що купується [4, с. 11].

До перспективних сфер кооперації можна зарахувати:

- маркетингові дослідження оптового ринку та прогнози його розвитку;

- розширення частки оптового ринку;
- закупівельна діяльність;
- область складського господарства;
- збутова діяльність [5, с. 124].

Залежно від партнерів існують різні форми кооперації комерційних підприємств:

- горизонтальна кооперація, що припускає співпрацю підприємств, які знаходяться на одному господарському шаблі та виконують ідентичні функції (підприємства виробників, підприємства оптової торгівлі або підприємства роздрібною торгівлі тощо; при такій кооперації можуть створюватися мережі підприємств, такі як «Перехрестя», «Сьомий континент», «Магніт», «Вимм-Билль-Данн», «Пятерочка», «Рамстор», «Дикси») [6, с. 99];

- вертикальна кооперація припускає співпрацю підприємств, що знаходяться на різних східцях господарювання і виконують різні функції і операції в русі товару товарів (підприємства з різною господарською діяльністю, товаровиробник і оптова торгівля, то-

варовиробники і роздрібна торгівля, оптова і роздрібна торгівля) :

- кооперація по асортименту продукції (автомашини і запчастини до них, побутова техніка і так далі), що реалізовується;

- кооперація по перехресному постачанню товарів певного асортименту (в цьому випадку оптові підприємства або виробники, що мають подібний асортимент продукції, що реалізовується, домовляються про свою вузьку спеціалізацію, доповнюючи і поглиблюючи асортимент для покупців за рахунок постачання товарів від різних джерел) [7, с. 56].

Найбільш поширеними є горизонтальна і вертикальна види кооперації.

При горизонтальній кооперації два або більше торгових підприємств на тимчасовій або постійній основі об'єднують зусилля у спільній діяльності. Горизонтальна кооперація передусім орієнтована на закупівельну та збутову діяльність.

Учасники кооперації – товаровиробники, оптові або роздрібні підприємства – передають заявки на необхідні товари головному підприємству, яке підсумовує їх і направляє загальне замовлення виробникові для постачання товарів. В результаті закуповуються великі обсяги товарів за вигіднішими цінами, що приносить певну вигоду скооперованим підприємствам [8, с. 34; 9, с. 113].

У рамках горизонтальної кооперації використовуються послуги оптових ринків і торгових домів, які відносяться до центрів оптового товаропостачання і збуту продукції.

У Запоріжжі і Запорізькій області найбільш поширеною є кооперація виробників продовольства, машинобудування, автотранспорту і торгових підприємств. Ця кооперація здійснюється у формі представництва підприємства, коли торгове підприємство продає переважно або виключно продукцію підприємства-виробника.

Ця форма кооперації має беззаперечні переваги:

- висока репутація виробника на ринку товарів і послуг дозволяє більше цілеспрямовано реалізувати продукцію;

- робота економічна за рахунок скорочення сукупних витрат на збут продукції, що забезпечує нижчі ціни на неї;
- є гарантія безперебійної торгівлі та якості товарів, що позитивно впливає на репутацію підприємства і формування попиту [10, с. 78; 11, с. 102].

Одним із напрямів кооперації є створення великих оптових ринків, де працюють і дрібнооптові, і роздрібні підприємства. Це дозволяє вирішувати в комплексі проблеми купівлі-продажу товарів різного асортименту і якості з урахуванням диференціації цін у постачальників.

Вертикальна кооперація за своїми можливостями і діапазоном видів діяльності набагато ширша, ніж горизонтальна, тому в європейських країнах цей вид кооперації дуже часто називають добровільними торговими ланцюжками [12, с. 141].

Вертикальна кооперація складається з виробника, одного або декількох оптових торгових підприємств, роздрібно-торгового підприємства, що діють як єдина система.

Залежно від організаційної структури вертикальна кооперація може бути дво-, три- і чотириступінчастою. При двоступінчатій кооперації оптове підприємство кооперується з декількома роздрібними торговими підприємствами. Триступінчата структура дозволяє співпрацювати головній організації з декількома підприємствами оптової торгівлі і їх партнерами, роздрібними торговими підприємствами.

При чотириступінчастій кооперації спільно діють міжнародні організації, національні головні підприємства, декілька оптових і роздрібних підприємств. У цьому випадку один із представників каналу або є власником інших, або надає їм привілеї, або володіє більшою потужністю, що забезпечує їх повну співпрацю. Домінуючою силою у вертикальній системі кооперації може бути або виробник, або оптове, або роздрібно-торгове підприємство. Вертикальна кооперація між виробником і торговим підприємством може бути організована у вигляді: представництва, збутових об'єднань, франчайзингу.

Представництва – це відособлені підрозділи промислових підприємств, які здійснюють збут продукції на основі виняткового права. Разом з продажем вони можуть виконувати гарантійне обслуговування продукції і поставляти запчастини. Збутові об'єднання організують збут товарів між виробниками і підприємствами торгівлі на основі договору.

Однією з форм вертикальної кооперації є торгові дома.

Торговий дім – багатопрофільне велике торгове підприємство, найважливішими особливостями якого є активне проникнення у сферу виробництва товарів, організації кооперації виробництва і участь у кредитно-фінансових операціях.

Торгові дома є особливою формою комерційно-посередницької діяльності і є вільним асоціативним союзом однодумців на добровільній основі з включенням торгових, виробничих, транспортних, будівельних підприємств, а також банків і страхових компаній з метою максимального та якісного задоволення запитів клієнтів.

Більшість торгових домів працюють із зарубіжними виробниками, що постачають свій товар на російський ринок. Торговий дім як посередник виконує функції оптової торгівлі, придбаваючи товар для його подальшого просування по каналах звернення, бере участь у кредитно-фінансових операціях.

Зазвичай, торгові дома є великими комерційними структурами, створеними переважно у формі холдингових компаній, до складу яких можуть входити виробничі, транспортні, закупівельні, збутові, сервісні й інші фірми. За кордоном звичайно це транснаціональні корпорації. Кооперація доцільна у сфері товарного забезпечення малих і середніх підприємств, формування стійкого та різноманітного асортименту, дослідження ринку і виходу на нього і т. д. У сфері товарного забезпечення кооперація реалізується переважно в трьох варіантах.

Розподільна система: головне підприємство збирає замовлення від інших підприємств на постачання продукції і загальне замовлення передає постачальникові. Переваги цієї системи полягають у можливості впливати на умови закупівель, у тому числі за до-

помогою системи знижок за рахунок купівлі великої партії товару, самостійно виходити на зовнішній ринок і купувати імпорتنі товари. Складність полягає в тому, що необхідно забезпечити надійність усіх членів кооперації, організувати надійну систему доставки і взаєморозрахунків.

Система генерального договору: головне підприємство (асоціація) укладає договори купівлі-продажу від імені усіх партнерів з кооперації, а замовлення на постачання продукції і розрахунки може здійснювати кожен партнер самостійно, але на умовах генерального договору. Ця форма кооперації дозволяє мінімізувати складські площі за рахунок постачань продукції невеликими партіями (наприклад, кільцеве завезення), усереднювати та стабілізувати закупівельні ціни, формувати стійкий широкий асортимент продукції.

Система прямих постачань: учасники кооперації від власного імені замовляють за його рахунок товари, які поступають їм від виробника (постачальника). Попри усі вигоди кооперації, підприємства частенько відмовляються від такої форми співпраці, оскільки вона вимагає враховувати інтереси партнерів, що призводить до втрати свободи в ухваленні рішень. Чим більш довгострокова та багатопланова кооперація, тим менший ступінь свободи, тому доцільна поступова кооперація, коли час вивчити партнерів – упізнати їх сильні та слабкі сторони.

У ході вибору форми кооперації необхідно враховувати такі моменти:

- орієнтацію кооперації і завдання, які вона вирішує;
- сферу діяльності підприємства, що підлягає кооперації, і зацікавленість в узгодженості дій з партнерами;
- міра співпраці (обмін інформацією, кооперація фінансових коштів, розширення асортименту, спільні реклама, дослідження ринку і т. д.);
- чисельність партнерів з кооперації (чим більша кількість партнерів, тим вищий ризик і менший ступінь свободи учасників кооперації);
- терміни кооперованої взаємодії партнерів (чим більший термін, тим вищий ризик);

- правове регулювання стосунків між партнерами з кооперації (договірні стосунки, фінансово-товарні стосунки, асоціації, союзи тощо).

Ураховуючи ці моменти, вибирають найбільш прийнятну форму кооперації, що при високому рівні інфляції допомагає підприємствам оптової і роздрібною торгівлі (особливо середнім і малим), що отримали самостійність, але що не має достатніх обігових коштів, розв'язувати проблеми, що перешкоджають стабільній роботі.

Оскільки всі перераховані форми кооперації мають і переваги, і недоліки, приймаючи рішення про взаємодію з партнерами по кооперації, доцільно провести ретельний аналіз можливих вигод і втрат, а також надійності партнерів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Іванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
2. Іонин Е. Е. Система показателей оценки имущественного положения предприятий : монография / Е. Е. Ионин. – Донецк : Юго-Восток, 2006. – 431 с.
3. Капітанець Ю. О. Визначення та забезпечення конкурентоспроможності підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Ю. О. Капітанець. – Тернопіль, 2009. – 21 с.
4. Коваленко А. Г. Облік і аналіз фінансових інвестицій (на прикладі промислових підприємств України) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.04 / А. Г. Коваленко ; Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана. – К. : 2006. – 18 с.
5. Ковальчук Т. М. Теорія економічного аналізу : навч.-метод. посіб. / уклад. Т. М. Ковальчук ; Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. – Чернівці : Рута, 2008. – 392 с.
6. Організація і методика економічного аналізу : навч. посіб. / Т. Д. Косова, П. М. Сухарев, Л. О. Ващенко, І. В. Гречина, Н. Е. Деєва ; за заг. ред проф. Т. Д. Косової. – К. : Центр навч. л-ри, 2012. – 528 с.
7. Корінько М. Д. Контроль та аналіз діяльності



- суб'єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, організація : монографія / М. Д. Корінко. – К. : ІВЦ Держкомстату України, 2007. – 429 с.
8. Костирко Л. А. Диагностика потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємства : монографія / Л. А. Костирко. – Луганськ : вид-во СНУ, 2008. – 336 с.
  9. Кузьмін О. С. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків : навч. посіб. / О. С. Кузьмін, Г. Л. Вербицька, О. Г. Мельник ; Нац. ун-т «Львівська політехніка». – Львів : Вид-во наці. ун-ту «Львівська політехніка», 2008. – 212 с.
  10. Магопець О. А. Фінансовий аналіз : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. А. Магопець [та ін.]. – Кіровоград : КОД, 2010. – 278 с.
  11. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: конспект лекцій для студ. / Т. О. Мамаєва, В. І. Торкатюк, Н. М. Золотова, М. П. Пан. – Х. : ХНАМГ, 2007. – 154 с.
  12. Масютин С. А. Корпоративное управление: опыт и проблемы : монография / С. А. Масютин. – М. : Финстатинформ, 2003. – 280 с.

**И. Я. Максименко, ассистент (Запорожский национальный технический университет). Теоретико-методические принципы формирования кооперационных связей промышленными предприятиями.**

**Аннотация.** Исследовано теоретико-методические принципы формирования кооперационных связей промышленных предприятий; определены их классификационные признаки и характеристики. Установлены основные признаки объединения предприятий в кооперацию, их преимущества и недостатки. Определены основные задания, которые позволяют решать формирование кооперационных связей промышленных предприятий. Выделены основные направления кооперации промышленных предприятий. Предложены приоритетные перспективные направления кооперации промышленных предприятий.

**Ключевые слова:** кооперативные связи, коммерческие связи, кооперация, промышленное предприятие, товаропроизводители.

**I. Ya. Maksymenko, Assistant (Zaporizhzhya National Technical University). Theoretical-methodical principles of forming of co-operation connections by industrial enterprises.**

**Summary.** Investigational theoretical-methodical principles of forming of co-operation connections of industrial enterprises; certainly their classification signs and descriptions. The basic signs of association of enterprises are set in co-operation, their advantages and defects. Basic tasks which forming of co-operation connections of industrial enterprises allows to decide are certain. Basic directions of co-operation of industrial enterprises are distinguished. Priority perspective directions of co-operation of industrial enterprises are offered.

**Keywords:** cooperative relations, commercial relations, cooperation, industrial enterprise, producers.