

Greal, D. and others. "Uspikh ta kliuchovi vazheli v rozdribnii torhivlii" [The success and the key levers in retail]. In *Rozdribna torhivlia u XXI stolitti. Teperishni i maibutni trendy*, 15-31. Kyiv: Ahentsii «Standart», 2008.

"Global Power of Retailing 2009". www.deloitte.com/view/en
"2008 Global Powers of Retailing" www.deloitte.com/consumerbusiness

"Globalnyy pokupatel ne protiv novykh formatov 2005-05-16" [Global buyer against the new format 2005-05-16]. www.RetailStudio.org.

"Krizis vyvel Private label na pik populiarnosti" [The crisis brought Private label on the peak of popularity]. www.retailstudio.org/market/7566.htm

Lihonenko, L. O. *Transformatsiini protsesy v torhivlii Ukraini v umovakh internatsionalizatsii* [Transformation processes in Ukraine trade in internationalization]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-eksn. un-t, 2009.

"Materialy IV Mizhnarodnoi shchorichnoi spetsializovanoi konferentsii «Orhanichna pererobka ta zbut»: Perspektyvy rozvytku ukrainskoho rynku orhanichnykh produktiv kharchuvannia. Mizhnarodnyi dosvid ta spivpratsia. Tendentsii ta vykyky" [Of the IV International Specialized annual conference "Organic Processing and Trade": Prospects for Ukrainian market of organic food. International experience and cooperation. Trends and Challenges]. <http://biolan.org.ua/uk/news/?newsid=12>

"Nekogda populiarnye formaty riteyla teriaut interes pokupateley" [Once popular formats of retail buyers lose interest]. www.markets.eizvestia.com/full/nekogda-populyarnye-formaty-riteyla-teryayut-interes-pokupatele

"Nishevye rynki stimuliruiut razvitie magazinov" [Niche markets encourage the development of shopping]. www.retail.ru

"Obzor: Strategii roznychnykh mirovikh roznychnykh setey" www.retail.ru

Pavlova, V. "Vplyv osnovnykh faktoriv makroseredovyscha na funktsionuvannia pidpriemstv" [Effect of key factors on the functioning of the macro]. In *Torhivlia i rynek Ukrainy*, 77-82. Donetsk: DonDUET, 2000.

Priorytety natsionalnoho ekonomichnoho rozvytku v konteksti hlobalizatsiinykh vykykyv [Priorities for national economic development in the context of globalization challenges]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2008.

"Retail Forward. Twenty Trends for 2010: Retailing in an Age of Uncertainty". *Columbus, OH: Retail Forward*. 2003.

Vaits, B. A., and Vitfeld, M. B. "Rozdribna torhivlia v SShA: osnovni tendentsii" [Retail sales in the United States: Major Trends]. In *Rozdribna torhivlia u XXI stolitti. Teperishni i maibutni trendy*, 65-84. Kyiv: Ahentsii «Standart», 2008.

Vaits, Barton A. "Elektronna rozdribna torhivlia" [E-retailing]. In *Rozdribna torhivlia u XXI stolitti. Teperishni i maibutni trendy*. Kyiv: Ahentsii «Standart», 2008.

Varnalii, Z. S. and others. *Rehiony Ukrainy: problemy ta priorytety sotsialno-ekonomichnoho rozvytku* [Regions of Ukraine: problems and priorities of socio-economic development]. Kyiv: Znannia Ukrainy, 2005.

Zabarilo, M. "Monitoring predpochteniy potrebiteley v stranakh Tsentralnoy i Vostochnoy Evropy 2006/07" *Materialy riteyl-forumu*, 2008.

УДК 334.73.021

УДОСКОНАЛЕННЯ КООПЕРАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

МАНЖУРА О. В.

УДК 334.73.021

Манжура О. В. Удосконалення кооперативної політики в споживчій кооперації України

Визначено сутність кооперативного укладу як соціально-економічного явища, систематизовано принципи, на яких ґрунтується кооперативна політика. Проаналізовано розподілення та динаміку кількості пайовиків за регіонами України, виявлено області з їх найбільшою і найменшою чисельністю, а також темпами скорочення. Надано оцінку стану реалізації кооперативної політики в частині участі пайовиків в управлінні споживчими товариствами (спілками), питомої ваги реалізації товарів пайовикам, наявності кооперативних виплат і виплат на паї. Виявлено вади кооперативної політики і обґрунтовано рекомендації з їх усунення. Розроблено пропозиції по активізації організаційно-кооперативної роботи та пропаганді кооперативних ідей і цінностей, формуванню мотивації у пайовиків брати активну участь у діяльності кооперативних організацій, стимулюванню споживчого попиту та лояльності пайовиків-споживачів до товарів і послуг підприємств, організацій споживчої кооперації.

Ключові слова: споживча кооперація, товариство, спілка, кооперативна політика, пайовик.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 12.

Манжура Олександр Васильович – кандидат економічних наук, заступник директора, Полтавський кооперативний технікум (вул. Леніна, 9/17, Полтава, 36000, Україна)

E-mail: manzhura11@ukr.net

УДК 334.73.021

UDC 334.73.021

Манжура А. В. Совершенствование кооперативной политики в потребительской кооперации Украины

Manzhura A. V. Improvement of Co-Operative Policy in Consumer's Co-Operation of Ukraine

Определена сущность кооперативного уклада как социально-экономического явления, систематизированы принципы, которые лежат в основе кооперативной политики. Проанализировано распределение и динамика количества пайщиков по регионам Украины, выявлены области с их наибольшей и наименьшей численностью, а также темпами сокращения. Дана оценка состоянию реализации кооперативной политики в части участия пайщиков в управлении потребительскими обществами (союзами), удельного веса реализации товаров пайщикам, наличия кооперативных выплат и выплат на паи. Выявлены изъяны кооперативной политики и обоснованы рекомендации по их устранению. Разработаны предложения по активизации организационно-кооперативной работы и пропаганде кооперативных идей и ценностей, формированию мотивации у пайщиков активно участвовать в деятельности кооперативных организаций, стимулированию потребительского спроса и лояльности пайщиков-потребителей к товарам и услугам предприятий, организаций потребительской кооперации.

Ключевые слова: потребительская кооперация, общество, союз, кооперативная политика, пайщик.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Библ.:** 12.

Манжура Александр Васильевич – кандидат экономических наук, заместитель директора, Полтавский кооперативный техникум (ул. Ленина, 9/17, Полтава, 36000, Украина)

E-mail: manzhura11@ukr.net

The article defines essence of co-operative way of life as a socio-economic phenomenon, systemises principles, which lie in the foundation of the co-operative policy. It analyses distribution and dynamics of a number of shareholders by regions of Ukraine, reveals regions with their biggest and lowest numbers and also rates of reduction. It gives an assessment of the state of realisation of the co-operative policy in the part of participation of shareholders in managing consumer's societies (unions), specific weight of sales of goods by shareholders, and availability of co-operative payments and payments for shares. It reveals defects of the co-operative policy and substantiates recommendations on their elimination. It develops proposals on activation of organisation and co-operative activity and propaganda of co-operative ideas and values, formation of shareholders motivation to actively participate in activity of co-operative organisations, stimulation of consumer demand and loyalty of shareholders-consumers to the goods and services of companies and organisations of consumer's co-operation.

Key words: consumer's co-operation, society, union, co-operative policy, shareholder.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Библ.:** 12.

Manzhura Aleksandr V. – Candidate of Sciences (Economics), Deputy Director, Poltava Co-operative College (vul. Lenina, 9/17, Poltava, 36000, Ukraine)

E-mail: manzhura11@ukr.net

У поточний час споживчі товариства України мають статус непідприємницького товариства [1, с. 53] і історично вони сформувались як самостійні, демократичні організації, які здійснювали господарську діяльність на засадах взаємовиручки та взаємодопомоги не з метою отримання прибутку, а для поліпшення свого матеріального та соціального стану [2, с. 135]. Стимулом було отримання компенсації на власний пай або придбання якісних товарів за нижчими цінами. Особлива цінність кооперативного укладу, як соціально-економічного явища, полягає в тому, що кооперативний рух, який до певної міри є паралельним розвитку капіталізму, демонструє відхід від закону конкуренції до домінанти законів соціальної економії, які коротко можливо висловити в одному слові – кооперації [3].

Протягом ХХ ст. світовий кооперативний рух активно розвивався, що виявилось у зростанні числа кооперативів та кількості їх членів; в укрупненні кооперативних організацій та концентрації кооперативних капіталів; збільшенні масштабів господарської діяльності кооперативів тощо [4]. Конгрес Міжнародного кооперативного альянсу в 1995 р. затвердив «Декларацію кооперативних принципів», де сформульовані цінності та принципи, якими мають керуватися кооперативи у ХХІ столітті [5]: Принципи кооперації – це основа взаємодії членів кооперативу, що забезпечує збереження їх статусу, як власників, це модель поведінки, алгоритм діяльності членів кооперативу та його виборчих органів [6].

Споживча кооперація України витримала випробування системної кризи періоду переходу до ринкової економіки, зберегла в основному свій потенціал, організаційну єдність і функціональну цілісність [7]. Але зі становленням ринкових відносин відбувається занепад діяльності кооперативних організацій [8]. Актуальною проблемою функціонування споживчої кооперації України є «криза» кооперативної політики. У працях багатьох дослідників кооперативного руху йдеться про

незадовільне виконання пайовиками своїх обов'язків щодо участі у господарській діяльності кооперативу, про недостатнє знання ними своїх прав і обов'язків, про байдуже ставлення до справ у кооперативі [9]. З огляду на специфіку сучасної економічної ситуації, споживча кооперація України для найбільш повної реалізації своєї соціальної ролі, має дбати про підвищення ролі члена-пайовика у вирішенні стратегічних питань розвитку як первинних товариств, так і системи у цілому [10].

Метою статті є обґрунтування напрямів удосконалення кооперативної політики в споживчій кооперації України.

Побудова споживчої кооперації на засадах самоврядування пайовиків потребує відповідної організаційно-кооперативної роботи з населенням, пайовиками та працівниками споживчої кооперації. В основі формування, розвитку та функціонування кооперативних організацій лежать кооперативні принципи: добровільне і відкрите членство, демократичний контроль, участь членів в економічній діяльності, самоуправління і незалежність, освіта, професійна підготовка та інформація, кооперація між кооперативами, турбота про суспільство.

У табл. 1 наведено динаміку членів споживчих товариств України. Пайовики можуть мати статус члена або асоційованого члена споживчого товариства (спілки). Член споживчого товариства – фізична чи юридична особа, яка внесла вступний внесок та пай у розмірах, визначених загальними зборами членів споживчого товариства, додержується вимог статуту і користується правом ухвалюючого голосу. Фізична особа може бути членом споживчого товариства, якщо вона досягла 16-річного віку і виявила бажання брати участь у його діяльності [11]. Асоційований член споживчого товариства – фізична чи юридична особа, яка внесла вступний внесок та пай у розмірах, визначених загальними зборами членів споживчого товариства, додержується вимог статуту і користується правом дорадчого голосу.

Таблиця 1

Динаміка членів споживчих товариств Укоопспілки, на кінець періоду

Область	2007	2008	2009			2010			2011			Приріст 2011/2007	
			Усього, тис. осіб	У т. ч. асоційовані	Питома вага, %	Усього, тис. осіб	У т. ч. асоційовані	Питома вага, %	Усього, тис. осіб	У т. ч. асоційовані	Питома вага, %	Абсолютний, тис. грн	Темп приросту, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
АР Крим	30,2	26,6	20,3	7,9	38,9	20,9	8,7	41,6	20,5	8,8	42,9	-9,7	-32,1
Вінницька	37,9	32,6	25,2	7,3	29,0	24,8	8,4	33,9	24,5	8,3	33,9	-13,4	-35,4
Волинська	28,3	24,3	20,1	10,9	54,2	19,9	11,0	55,3	18,6	10,2	54,8	-9,7	-34,3
Дніпропетровська	57,8	46,4	33,8	19,4	57,4	33,5	20,0	59,7	33,1	19,7	59,5	-24,7	-42,7
Житомирська	36,4	33,7	23,6	15,8	66,9	24,3	16,2	66,7	24,2	16,0	66,1	-12,2	-33,5
Закарпатська	33,5	30,8	27,1	10,7	39,5	27,1	10,8	39,9	26,3	11,0	41,8	-7,2	-21,5
Івано-Франківська	37,6	32,0	29,7	18,6	62,6	29,8	18,6	62,4	28,9	18,6	64,4	-8,7	-23,1
Кіровоградська	24,4	21,5	21,3	6,8	31,9	19,9	7,1	35,7	19,8	7,1	35,9	-4,6	-18,9

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Луганська	9,7	7,3	7,5	4,9	65,3	7,6	5,1	67,1	7,6	5,1	67,1	-2,1	-21,6
Львівська	35,6	27,8	19,4	5,5	28,4	19,3	5,5	28,5	18,6	5,4	29,0	-17	-47,8
Миколаївська	12,3	10,4	9,8	3,2	32,7	10,0	3,3	33,0	10,1	3,5	34,7	-2,2	-17,9
Одеська	19,9	19,2	20,1	7,8	38,8	20,0	7,8	39,0	19,0	7,4	38,9	-0,9	-4,5
Полтавська	50,1	45,1	38,2	21,7	56,8	35,2	21,6	61,4	35,4	21,9	61,9	-14,7	-29,3
Рівненська	35,8	32,5	30,8	9,2	29,9	30,8	9,1	29,5	30,1	8,9	29,6	-5,7	-15,9
Сумська	25,6	15,6	11,5	2,5	21,7	12,1	3,2	26,4	11,8	3,1	26,3	-13,8	-53,9
Тернопільська	36,3	31,2	26,6	15,5	58,3	26,6	15,8	59,4	24,4	14,3	58,6	-11,9	-32,8
Харківська	12,7	10,0	6,4	3,0	46,9							-12,7	-100,0
Херсонська	14,0	11,1	10,6	7,0	66,0	10,6	7,0	66,0	9,8	6,5	66,3	-4,2	-30,0
Хмельницька	54,6	45,3	39,4	29,7	75,4	40,6	30,7	75,6	37,5	27,8	74,1	-17,1	-31,3
Черкаська	24,6	24,6	24,6	11,7	47,6	24,7	11,8	47,8	23,6	11,3	47,9	-1	-4,1
Чернівецька	27,2	20,5	20,6	10,3	50,0	20,6	10,3	50,0	20,6	10,3	50,0	-6,6	-24,3
Чернігівська	32,6	30,1	26,9	8,2	30,5	25,7	8,1	31,5	25,5	7,9	31,0	-7,1	-21,8
Київська	20,9	16,8	20,9	16,8	14,3	2,3	16,1					-20,9	-100,0
Усього	698,0	595,4	507,8	239,8	47,2	483,8	240,0	49,6	469,9	233,2	49,6	-228,1	-32,7

Таким чином, різниця між членом споживчого товариства і асоційованим його членом полягає в тому, що член споживчого товариства має право ухвального голосу, а асоційований член – право дорадчого голосу.

Протягом 2007 – 2011 рр. кількість членів споживчих товариств скоротилася з 698,0 до 469,9 тис. осіб, на 228,1 тис. осіб, або на 32,7%. У 2007 р. найбільш чисельними були споживчі товариства таких областей: Дніпропетровської (57,8 тис. осіб), Хмельницької (54,6 тис. осіб), Полтавської (50,1 тис. осіб). Найменшу чисельність мали споживчі товариства Луганської (9,7 тис. осіб), Миколаївської (12,3 тис. осіб), Харківської (12,7 тис. осіб) областей. На кінець 2011 р. трійка лідерів серед областей не змінилася: Хмельницька (37,5 тис. осіб), Полтавська (35,4 тис. осіб), Дніпропетровська (33,1 тис. осіб). Харківська обласпоживспілка, райспоживспілки і райспоживтовариства Київської області вийшли зі складу Укоопспілки у 2010 р. Найменшу чисельність на кінець аналізованого періоду мали споживчі товариства Луганської (7,6 тис. осіб), Херсонської (9,8 тис. осіб), Миколаївської (10,1 тис. осіб) областей.

Найбільшими темпами у відносному вимірі скоротилася чисельність пайовиків у Дніпропетровській обл. (на 42,7%), Львівській обл. (на 47,8%), Сумській обл. (на 53,9%), найменшими темпами – у Одеській обл. (на 4,5%), Черкаській (на 4,1%). Питома вага асоційованих членів споживчих товариств протягом 2009 – 2011 рр. збільшилася з 47,2% до 49,6%, тобто майже половина пайовиків має право дорадчого голосу. Пасивна позиція переважної більшості пайовиків пояснюється такими факторами: широка пропозиція вітчизняних та імпортованих споживчих товарів знижує привабливість кооперативних магазинів, відсутні пільги для членів при придбанні товарів у магазинах споживчої кооперації, зниження ефективності господарювання в системі призводить до відсутності виплат на паї або низького їх рівня.

Дослідження стану реалізації кооперативної політики Полтавської обласпоживспілки протягом 2008 – 2012 рр. дозволило встановити, що питома вага товарів, реалізованих пайовикам у кооперативних магазинах, скоротилася з 5,26% до 4,62%, на *рис. 1* наведено її розподілення у 2012 р. Вона варіює від 0 до 9%. Найбільша кількість спостережень (по 3) приходиться на інтервал від 2% до 2,5% і від 4,5% до 5%. Найбільшу частку реалізації товарів пайовикам мають В.Багачанське районне споживче товариство (РСТ) і РСТ «Козельщина», які потрапили в інтервал від 8,5% до 9%, найменші – в інтервалі до 1,5% – Хорольська районна споживча спілка (РСС), Гадяцька РСС. Аналіз дозволив виявити закономірність, пов'язану зі зростанням питомої ваги товарів, реалізованих пайовикам, у споживчих товариствах (спілках), які територіально об'єднують райони з більшою часткою сільського населення.

Чистий прибуток споживчого товариства (спілки) спрямовується на: виробничий і соціальний розвиток підприємства; створення резервного (страхового) фонду; кооперативні виплати, виплати на паї, виконання інших статутних завдань.

Кооперативні виплати – частина доходу споживчого товариства, що розподіляється за результатами фінансового року між членами (асоційованими членами) споживчого товариства пропорційно їх участі в господарській діяльності споживчого товариства, у порядку, визначеному рішенням загальних зборів його членів. За аналізований п'ятирічний період у Полтавській обласпоживспілці кооперативні виплати здійснювали із 24 споживчих товариств (спілок) лише Кобеляцька РСС, Пирятинська РСС, Чутівське РСТ.

Виплати на паї – виплати частини доходу споживчого товариства на паї члена (асоційованого члена) споживчого товариства. Розмір виплат на паї встановлюється рішенням загальних зборів членів споживчого

товариства після відрахувань обов'язкових коштів на формування і поповнення його фондів. Загальна сума виплат на паї не може перевищувати 20 відсотків доходу, визначеного для розподілу. Протягом 2008 – 2012 рр. виплати на паї здійснювали лише 4 споживчі товариства (спілки): Кременчуцька РСС – у загальній сумі 223 тис. грн, Котелевське РСТ – 205 тис. грн, Оржицька РСС – 24 тис. грн, Кобеляцька РСС – 5 тис. грн.

лого віку, за станом здоров'я, тривалого перебування за межами населеного пункту, за сімейними обставинами тощо) не має змоги постійно брати участь у роботі дільничних зборів членів споживчого товариства, він може подати заяву про переведення в асоційовані члени споживчого товариства.

XXI (позачерговий) з'їзд споживчої кооперації України 4 жовтня 2012 р. прийняв постанову про прове-

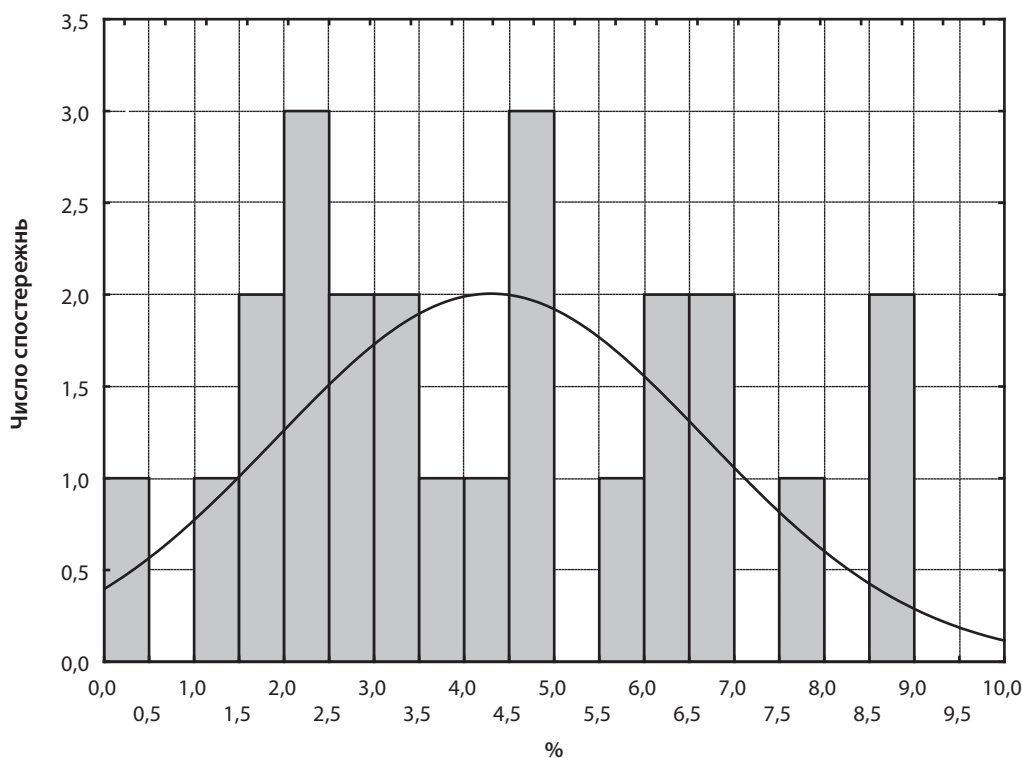


Рис. 1. Розподілення питомої ваги товарів, реалізованих пайовикам у кооперативних магазинах районних споживчих товариств (спілок) Полтавської облспоживспілки у 2012 р.

Особливості процедури прийняття рішень у споживчих товариствах пов'язані з тим, що кожен пайовик має один голос, незалежно від розміру свого пайового внеску та реальної участі в діяльності споживчого товариства. Випадки порушення пайовиками кооперативних принципів мають певні негативні наслідки для діяльності споживчих товариств. Лобювання зацікавленими особами рішень про продаж на їх користь за зниженою вартістю найбільш ліквідного майна чи його передачу в оренду на невигідних для системи умовах може призвести не лише до реальної втрати майна, а й до припинення діяльності споживчих товариств. Ігнорування пасивними пайовиками участі в зборах негативно позначається на оперативності прийняття управлінських рішень, оскільки може бути відсутнім кворум, або рішення не набирає необхідної кількості голосів. Статутом споживчого товариства передбачено певні механізми, які стимулюють дотримання корпоративних принципів. Зокрема, при відсутності члена споживчого товариства на дільничних (загальних) зборах без поважних причин більше трьох разів поспіль членство його в споживчому товаристві припиняється. Якщо пайовик із певних причин (похи-

дення в I кварталі 2013 р. Всеукраїнської перереєстрації членів, асоційованих членів споживчих товариств станом на 31.12.2012 р. Мета перереєстрації – забезпечити органи управління споживчих товариств достовірною і неупередженою інформацією про членів, асоційованих членів для прийняття управлінських рішень, спрямованих на виконання Програми подальшого реформування споживчої кооперації України [12].

Кожному члену, асоційованому члену буде надіслане поштою рекомендованим листом або вручене особисто під підпис повідомлення про час, місце та порядок проведення перереєстрації. Для її проведення член, асоційований член споживчого товариства повинен пред'явити комісії з перереєстрації паспорт та членський квиток. Відмова членів, асоційованих членів від проходження перереєстрації або непроходження її без поважних причин може спричинити рішення загальних зборів про їх виключення.

Перереєстрація забезпечить органи управління кооперативних організацій повною і достовірною інформацією про членів, асоційованих членів споживчих товариств.

ВИСНОВКИ

1. Регіони України суттєво різняться за рівнем розвитку кооперативного руху, про що свідчить нерівномірний розподіл кількості пайовиків. Їх найбільша чисельність припадає на Хмельницьку, Полтавську, Дніпропетровську області, найменша – на Луганську, Херсонську, Миколаївську області. Протягом п'яти останніх років спостерігається суттєве скорочення кількості пайовиків, причому за всіма регіонами України, що свідчить про кризу корпоративної ідеї. Вадами корпоративної політики є: пасивність пайовиків в управлінні споживчими товариствами (спілками), значна кількість асоційованих членів, низька питома вага реалізації товарів пайовикам, відсутність або низький рівень кооперативних виплат і виплат на паї.

2. Для активізації членів споживчих товариств та усунення вказаних вад необхідно якісно оновити кооперативну політику, базисом якої має стати повернення споживчої кооперації до своєї первинної ідеї – задоволення споживчих очікувань і потреб пайовика-споживача. Для цього необхідно, передусім, підвищити ефективність господарської діяльності, що створить передумови для: а) збільшення рівня кооперативних виплат і виплат на паї; б) забезпечення більш низького рівня цін на товари і послуги у магазинах споживчої кооперації порівняно з ринковими та їх більшої конкурентоспроможності. Це буде мотивувати пайовиків до активної участі у діяльності кооперативних організацій; стимулюватиме споживчий попит і формуватиме лояльність пайовиків-споживачів до товарів і послуг підприємств, організацій споживчої кооперації.

Перспективами подальших досліджень є обґрунтування напрямів реформування бізнес-процесів споживчої кооперації. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Кучеренко І. М.** Місце споживчих товариств у системі невідприємницьких кооперативів / І. М. Кучеренко // Університетські наукові записки. – 2005. – № 3(15). – С. 52 – 59.
2. **Зеліско А. В.** Споживчі товариства як вид невідприємницьких товариств / А. В. Зеліско // Університетські наукові записки. – 2005. – № 4(16). – С. 132 – 136.
3. **Артеменко В. М.** Діалектика змісту та протиріч кооперативних відносин / В. М. Артеменко // Українська кооперація. – 2008. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/>
4. **Вісин В. В.** Міжнародний кооперативний альянс і українська кооперація (ретроспективний аналіз) / В. В. Вісин // Вісник Львівської комерційної академії. – 2010. – Вип. 9. – С. 221 – 230.
5. **Ткаченко А. В.** Особливості імплементації міжнародних стандартів споживчої кооперації в Україні [Текст] / А. В. Ткаченко // Форум права. – 2011. – № 2. – С. 878 – 883.
6. **Тимченко Ю. В.** Економічні організації кооперативного типу: теоретичний аспект / Ю. В. Тимченко // Українська кооперація. – 2010. – № 3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2010-3/num/tymchenko.htm>

7. **Михальський Ю. В.** Становище та перспективи розвитку української кооперації в умовах глобалізації та світової економічної кризи / Ю. В. Михальський // Вісник Львівської комерційної академії. Серія – гуманітарні науки. – 2009. – Вип. 8 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vlca_Gum/2009_8/15.pdf

8. **Хлопук О. С.** Структурні зміни в діяльності Волинської облспоживспілки у період 1939 – 2008 рр. / О. С. Хлопук // Вісник Львівської комерційної академії. Серія – гуманітарні науки. – 2009. – Вип. 8 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vlca_Gum/2009_8/14.pdf

9. **Аліман М. В.** Інститут пайовиків: місце і роль у системі споживчої кооперації / М. В. Аліман // Українська кооперація. – 2009. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2009-2/num/aliman.htm>

10. **Бабенко С. Г.** Перспективи розвитку системи споживчої кооперації в умовах лібералізації економіки / С. Г. Бабенко, А. О. Пантелеймоненко // Вісник Львівської комерційної академії. Серія – гуманітарні науки. – 2010. – Вип. 9. – С. 199 – 213.

11. Положення про організацію пайового господарства споживчої кооперації України: Рішення зборів XIX скликання Ради Укоопспілки від 24.01.2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=n0003626-07>

12. Про Програму подальшого реформування споживчої кооперації України: Постанова XXI (позачергового) з'їзду споживчої кооперації України від 4 жовтня 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.licasoft.com.ua/index.php/component/lica/?href=0&view=text&base=1&id=1235091&menu=1>

REFERENCES

- Artemenko, V. M. "Dialektyka zmistu ta protyrych kooperatyvnykh vidnosyn" [Dialectic contradictions content and cooperative relations]. <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/>
- Aliman, M. V. "Instytut paiovykiv: mistse i rol u systemi spozhyvchoi kooperatsii" [Institute of shareholders: the place and role in the system of consumer cooperatives]. <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2009-2/num/aliman.htm>
- Babenco, S. H., and Panteleimonenko, A. O. "Perspektyvy rozvytku systemy spozhyvchoi kooperatsii v umovakh liberalizatsii ekonomiky" [Prospects for the development of consumer cooperatives in a liberalized economy]. *Visnyk Lvivskoi komertsii-noi akademii*, no. 9 (2010): 199-213.
- Khlopuk, O. S. "Strukturni zminy v diialnosti Volynskoi oblsposhyvspilky u period 1939 – 2008 rr." [Structural changes in the Volyn regional consumer in the period 1939 – 2008 pp.]. http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vlca_Gum/2009_8/14.pdf
- Kucherenko, I. M. "Mistse spozhyvchykh tovarystv u systemi nepidpriemnytskykh kooperatyviv" [Place of consumer societies in the system non-business cooperatives]. *Universytetski naukovi zapysky*, no. 3(15) (2005): 52-59.
- [Regulations on the Organization of the unit, the host society of consumer cooperation in Ukraine: 19TH meeting of the Council of Ukoopspilki, 24.01.2007]. <http://zakon.nau.ua/doc/?code=n0003626-07>

Mykhalskiy, Yu. V. "Stanovyshche ta perspektyvy rozvytku ukrainsoi kooperatsii v umovakh hlobalizatsii ta svitovoi ekonomichnoi kryzy" [The situation and perspectives of Ukrainian cooperation in the context of globalization and the global economic crisis]. http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vlca_Gum/2009_8/15.pdf

Tkachenko, A. V. "Osoblyvosti implementatsii mizhnarodnykh standartiv spozhyvchoi kooperatsii v Ukraini" [Features of the implementation of international standards of Consumer Cooperatives in Ukraine]. *Forum prava*, no. 2 (2011): 878-883.

Tymchenko, Yu. V. "Ekonomichni orhanizatsii kooperatyvnoho typu: teoretychnyi aspekt" [Cooperative economic organizations such as: the theoretical aspect]. <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2010-3/num/tymchenko.htm>

Visyn, V. V. "Mizhnarodnyi kooperatyvnyi alians i ukrainska kooperatsiia (retrospektyvnyi analiz)" [The International Cooperative Alliance and Ukrainian Cooperation (retrospective analysis)]. *Visnyk Lvivskoi komertsii noi akademii*, no. 9 (2010): 221-230.

Zelisko, A. V. "Spozhyvchi tovarystva iak vyd nepidpriemnytskykh tovarystv" [Consumer society as a kind of non-business partnerships]. *Universytetski naukovi zapysky*, no. 4(16) (2005): 132-136.

УДК 338.46(477)

ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ І ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

ЧЕПУРДА Л. М.

УДК 338.46(477)

Чепурда Л. М. Оцінка сучасного стану і тенденцій розвитку ринку послуг України

У статті проаналізовано сучасний стан і тенденції розвитку ринку послуг в Україні, включаючи туристичні, соціальні, послуги готельно-ресторанного бізнесу, телефонії, реклами, ринку маркетингових послуг, телекомунікації, міжнародної торгівлі, а також таких видів послуг, як страхові, фінансові, ділові та побутові в умовах фінансової кризи останніх років. За цей період в Україні ринок послуг зазнав суттєвих змін, однак зберіг стабільність з найменшими втратами. Значним поштовхом для його розвитку стало проведення Євро-2012 в Україні, вивівши на перший план обслуговуючий сектор. Розвиток сфери послуг в Україні потребує залучення додаткових інвестицій, у тому числі іноземних. Це забезпечить не тільки надходження необхідних фінансових ресурсів, але й підвищить конкурентоспроможність вітчизняних виробників послуг і значно зміцнить позиції України в міжнародному обміні послугами. У висновках передбачено перспективи розвитку ринку послуг України.

Ключові слова: ринок послуг, послуги туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, телефонії, реклами, телекомунікації, міжнародної торгівлі, соціальні та фінансові послуги.

Табл.: 1. **Бібл.:** 8.

Чепурда Лариса Михайлівна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри управління розвитком туризму, Черкаський державний технологічний університет (бул. Шевченка, 460, Черкаси, 18006, Україна)

E-mail: uptur07@mail.ru

УДК 338.46(477)

Чепурда Л. М. Оценка современного состояния и тенденций развития рынка услуг Украины

В статье проанализированы современное состояние и тенденции развития рынка услуг в Украине, включая туристические, социальные, услуги гостинично-ресторанного бизнеса, телефонии, рекламы, рынка маркетинговых услуг, телекоммуникации, международной торговли, а также таких видов услуг, как страховые, финансовые, деловые и бытовые услуги в условиях финансового кризиса последних лет. За этот период в Украине рынок услуг испытал существенные изменения, однако сохранил стабильность с наименьшими потерями. Значительным толчком для его развития стало проведение Евро-2012 в Украине, выведя на первый план обслуживающий сектор. Развитие сферы услуг в Украине нуждается в привлечении дополнительных инвестиций, в том числе иностранных. Это обеспечит не только поступление необходимых финансовых ресурсов, но и повысит конкурентоспособность отечественных производителей услуг, что значительно укрепит позиции Украины в международном обмене услугами. В выводах предусмотрены перспективы развития рынка услуг Украины.

Ключевые слова: рынок услуг, услуги туристического и гостинично-ресторанного бизнеса, телефонии, рекламы, телекоммуникации, международной торговли, социальные и финансовые услуги.

Табл.: 1. **Библ.:** 8.

Чепурда Лариса Михайловна – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой управления развитием туризма, Черкасский государственный технологический университет (бул. Шевченка, 460, Черкасы, 18006, Украина)

E-mail: uptur07@mail.ru

UDC 338.46(477)

Чепурда L. M. Assessment of the Modern State and Tendencies of Development of the Service Market of Ukraine

The article analyses the modern state and tendencies of development of the market of services in Ukraine, including tourist, social, hotel and restaurant, telephony, advertising, marketing, telecommunication, international trade and other services, such as insurance, financial, business and household services under conditions of the recent financial crisis. Service market of Ukraine during this period experienced significant changes, however, preserved stability with minimum losses. A significant impact for its development was EURO-2012 in Ukraine, which brought the service sector to the foreground. Development of the service sphere in Ukraine needs to attract additional investments, including foreign ones. This would ensure both receipt of financial resources and increase competitiveness of domestic producers of services, which would significantly strengthen positions of Ukraine in international exchange of services. Conclusions have prospects of Ukrainian service market development.

Key words: service market, services of tourist and hotel and restaurant businesses, telephony, advertising, telecommunications, international trade, social and financial services.

Tabl.: 1. **Bibl.:** 8.

Чепурда Larisa M. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Head of the Department of Tourism Development Management, Cherkasy State Technological University (bul. Shevchenka, 460, Cherkasy, 18006, Ukraine)

E-mail: uptur07@mail.ru