

підприємства орган, що проводить цю сертифікацію акредитованний у встановленому порядку Держстандартом України.

Перевірку виробництва відповідно до розробленої методики здійснює комісія експертів-аудиторів, сформована органом по сертифікації. Комісія складає і підписує акт та звіт за результатами перевірки конкретного виробництва.

Підприємства-заявники на етапі впорядкування заявки на сертифікацію продукції й органи по сертифікації при підготовці рішень по них повинні керуватись технічними і економічними критеріями доцільності проведення сертифікації виробництва при сертифікації продукції.

Якщо результати перевірки, відображені в акті атестації позитивні, орган по сертифікації видає виготовлювачу сертифікат виробництва за встановленою формою, в якому засвідчується, що стан виробництва у виготовлювача забезпечує стабільність показників, контрольованих при сертифікації продукції. Термін дії атестату встановлюється, враховувати специфіку виробництва у виготовлювача, але не більш ніж на три роки.

Підприємство-виготовлювач, якому виданий сертифікат виробництва, вноситься в Державний реєстр. Виробництво вважається сертифікованим з моменту реєстрації сертифікату; протягом терміна дії зазначеного документа стан виробництва перевіряється у виготовлювача.

Подальший розвиток сертифікації в Україні буде супроводжуватися швидким розширенням сфер її впливу. Будуть сертифікуватись (крім продукції, процесів, послуг) нові об'єкти, наприклад, різноманітні види майна для цілей акціонування, інвестування, кредитування, страхування, купівлі-продажу, арбітражу, оподатковування, інших цілей. Сертифікація як вид діяльності все в більшому ступені буде спиратися на міжнародний досвід і співробітництво, сприяючи підвищенню якості і конкурентоспроможності вітчизняної продукції і послуг.

1. *Предприятие на внешних рынках: Внешнеторговое дело.* // Под. ред. проф. С.И. Долгова. – М., 1997. 2. *Методические документы ИСО/МЭК по сертификации продукции, оценке систем обеспечения качества продукции и аккредитации испытательных лабораторий.* – М.: Стандарты, 1988. 3. *Система сертификации ГОСТ. Порядок проведения сертификации продукции.* – М.: ВНИИС, 1994.

УДК 330

І.М. Застріжна

Львівська комерційна академія

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР В СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

© Застріжна І.М., 2001

Обґрунтовується необхідність створення кооперативних підприємств підприємницького характеру, характеризуються основні проблеми і напрямки впровадження принципів підприємництва в господарську діяльність підприємств споживчої кооперації країни.

The necessity of founding of cooperative enterprises of entrepreneurship type and the characteristics of main problems and direction of introduction of principles of entrepreneurship into the business activities of enterprises of consumer cooperation of Ukraine are grounded.

Кооперація сьогодні є одним із провідних секторів багатокладної світової економіки і найбільшою соціальною організацією людей. Загальна чисельність кооператорів більше ніж в 120 країнах перевищує 800 млн. чол. і за даними Міжнародного кооперативного альянсу збільшиться в найближчій перспективі ще на 100 млн. чол.

В Україні розвивається більше 10 видів кооперації, з них провідною є споживча кооперація. Споживча кооперація об'єднує більше 3 млн. чол. пайовиків. Вона обслуговує не менше 10 млн. чол., тобто 25 % населення країни.

Економічний потенціал споживчої кооперації дає змогу в широких масштабах розвивати торгівлю, заготівельну, виробничу та інші види діяльності. На організованому ринку споживча кооперація займає 7,6 % загального товарообігу. Майже 300 млн. грн. становить річний заготівельний товарообіг. Понад 2000 виробництв споживчої кооперації випускає щорічно товарів більше ніж на 400 млн. грн.

На сучасному перехідному етапі національної економіки виявляються тенденції до різкого зниження віддачі її економічного стану і послаблення конкурентоспроможності. Наростають негативні явища в її соціальній сфері.

Основною причиною такого становища є те, що в умовах зародження ринкового механізму в споживчій кооперації поки що не створено інститутів, які готові сформувати відповідне економічне середовище, не виявилось управлінських структур, здатних звільнити її економіку від невиробничих втрат і безгосподарності. Це стало наслідком того, що надання підприємствам самостійності не привело до поглиблення економічних методів управління, а сама самостійність викликала у підприємств намір досягти матеріального добробуту без росту обсягів господарської діяльності. Крім цього, для виконання заходів з прискорення розвитку споживчої кооперації не задіяний потужний фактор – індивідуальна ініціатива.

Отже, в моделі кооперації сьогодні малозамітні ринкові компоненти, що значно утруднюють процес її адаптації до ринкового середовища. Твердження про те, що споживча кооперація України, яка породжена ринком ще 130 років тому, легко адаптується до сучасних ринкових відносин, не справдилися. Стає зрозумілим, що вона не витримує хвилю ринкової стихії і потребує глибоких реформ.

На сучасному етапі стан кооперації не тільки в Україні, але й у всіх країнах ще більше ускладнився з різних причин:

– ринкова економіка розширила свій вплив у всьому світі. Традиційні торговельні бар'єри значно послабшали, а такі процеси, як створення вільних торговельних зон, послаблення урядової підтримки і погіршення регулювання фінансових індустрій, загрожують економічним структурам, в рамках яких функціонують кооперативи. Для того, щоб процвітати і, навіть, тільки вижити, останнім необхідно було оцінити, як вони мають реагувати на ці обставини, що змінюються;

– більшість кооперативів зіткнулися із більш інтенсивною конкуренцією. Сьогодні капітал обертається у світі з мінімальними перепонами, шукаючи найбільш перспективні вклади. І це призвело до того, що кооперативи не можуть протистояти великим транснаціональним фірмам, не застосовуючи їх методів діяльності;

– кооперативи зіткнулися з міжнародною ситуацією та інститутами освіти, які проголосили перевагу бізнесу, що контролюється інвесторами. Тоді цінність підприємства, яке контролюється в інтересах людей, стає сумнівною. Тому виникає потреба пояснити, що робить кооперативи унікальними і цінними;

– в центральній та східній Європі, послаблення економіки, яка контролюється централізовано, також піддало сумніву роль кооперативів. Хоча, як не парадоксально, це відкрило

шлях для відродження істинних кооперативних підприємств. Але цього не буде і надалі, якщо не буде розуміння як пристосовуватися до нових умов.

В таких умовах актуальності набуває проблема впровадження в господарську діяльність споживчої кооперації принципів підприємництва, яке є важливою умовою вільного ринку. Світовий досвід доводить, що тільки на основі вільного підприємництва, використання різних видів і форм підприємницької діяльності можливе підвищення ефективності споживчої кооперації, її розвитку в умовах ринкової економіки і закріплення своїх позицій.

Аргументами на користь необхідності і можливості розвитку підприємництва в споживчій кооперації є:

1) споживча кооперація – це суспільно-громадська система, яка постійно розвивається. Її зміст, функції, механізм діяльності у зв'язку з переходом від початкових примітивних форм до більш досконалих, які адекватні якісно новому стану економічних відносин і рівню розвитку матеріального виробництва, постійно змінюються. Якщо на початку створення в кооперації об'єднувалися, щоб кожному і всім разом вижити, то в ринковій економіці її діяльність починає мати все більше підприємницький характер. Спільна “вигода” або мета “задоволення певних потреб” трансформується в справжню економічну вигоду і реальну мету – одержання найбільшого прибутку. У протилежному випадку кооперація випадає із сфери ринкової конкуренції і, значить, ринкових відносин взагалі;

2) зв'язок відносин розподілу з пайовим внеском за умови, що виплата дивідендів залежить від прибутку, створює дійсно економічні стимули до більш рентабельної, тобто високоефективної діяльності. І навпаки, неможливість відійти від такого принципу, як дотримання безприбуткової діяльності, знижує стимули і мотиви функціонування в умовах ринкової економіки;

3) сьогодні появляються нові суб'єкти господарської діяльності (орендарі, фермери та інші вільні підприємці), які на свій страх і ризик, крім виробництва сільськогосподарської продукції, ведуть її закупівлю та первинну обробку, займаються посередництвом і торговельною діяльністю, тобто багато чим, що роблять підприємства споживчої кооперації. Тому, щоб вижити в цій конкурентній боротьбі, не втратити свої позиції на ринку, особливо в сільській місцевості, свою діяльність споживча кооперація повинна здійснювати за правилами вільного ринку, яких дотримуються її конкуренти.

Впровадження принципів підприємництва в основу діяльності споживчої кооперації повинен здійснюватися головним чином в господарській (економічній) діяльності базового рівня системи – кооперативних підприємств. Це, з одного боку, підвищить ефективність господарської діяльності системи в цілому, що сприятиме задоволенню економічних потреб її членів, а з іншого - не конфліктуватиме із соціальною природою споживчої кооперації.

Реформи в споживчій кооперації повинні здійснюватися на фундаментальній науковій основі в рамках загальної стратегії і в тісному взаємозв'язку з ринковими трансформаціями національної економіки. Вони повинні призвести в остаточному результаті до створення нової моделі споживчої кооперації, адекватної ринковій економіці.

Створення нової ринкової моделі споживчої кооперації, в першу чергу, передбачає оновлення структурних елементів системи, механізму функціонування і ринкової орієнтації її господарської діяльності.

Особливе місце за актуальністю в загальній стратегії реформ займає структурна перебудова. Структура споживчої кооперації багатовимірна. Вона містить організаційну, галузеву, соціальну, територіальну, управлінську та інші структури. Така структура склалася історично. Сьогодні вона не відповідає економіці ринкового типу і потребує перегляду.

Стратегічна перебудова організаційної структури проходитиме у двох напрямках. Перше – реформування господарської організації, по-друге – реформування управлінської організації.

В споживчій кооперації в основному склалися прості господарсько-організаційні форми, які не мають організаційно-правового статусу і функціонують як господарські одиниці. Вони не мають належної економічної і організаційної самостійності і сьогодні виявилися найбільш непристосованими до ринкових умов.

Реформи у цьому напрямку можуть бути пов'язані із створенням на базі господарських одиниць господарських товариств або перетворення їх у філіали споживчого товариства. Реформування більш крупних підприємств, діючих на принципах юридичних осіб, повинно мати інший характер. З одного боку, необхідно розширити і фінансово укріпити діючі підприємства за рахунок залучення капіталу юридичних і фізичних осіб, які надалі стануть співвласниками таких підприємств. З іншого боку – створити нові підприємства на основі засновництва, зокрема із залученням іноземних фірм. Отже, форма власності, на якій будуть функціонувати кооперативні підприємства, може бути змішаною. Але у всіх випадках доля кооперативної власності повинна бути більшою.

В цілому господарська організація повинна містити широкий діапазон організаційно-правових форм як підприємницького, так і непідприємницького характеру.

Сьогодні в споживчій кооперації проходить створення госпрозрахункових підприємств різних напрямків діяльності. Це самостійні суб'єкти підприємницької діяльності, які орендують (без права викупу) майно кооперативних організацій і проводять незначні внутрісистемні відрахування. Функціонують вони на принципах вільного підприємництва, як і інші суб'єкти різних форм власності. Цей процес має такі позитивні моменти:

- здійснюється розвиток відповідних видів діяльності;
- використовується створена впродовж багатьох років матеріально-технічна база споживчої кооперації;

Як свідчить практика, існування таких госпрозрахункових підприємств, їх економічна діяльність є завжди прибутковою, що дає змогу збільшувати обсяги діяльності та виплачувати значно вищу заробітну плату працівникам цих підприємств. Це зайвий раз доводить необхідність впровадження ринкових форм та методів господарювання в діяльність кооперативних підприємств та організацій.

Важливим напрямком під час адаптації споживчої кооперації до ринкових умов є реформування її галузево-функціональної структури, яка сьогодні містить близько 40 галузей та підгалузей діяльності. В першу чергу, йдеться про три основні галузі – торгівлю, заготівлі та виробництво.

В кооперативній торгівлі насамперед необхідно проводити нову асортиментну політику, згідно з якою повинна перепрофілюватися роздрібна торговельна мережа на селі в напрямку переважного розвитку продовольчої торгівлі і непродтоварів повсякденного попиту. Що стосується райцентрів, міст, то в них доцільно зконцентрувати торгівлю непродтоварами складного асортименту. Для дрібних і віддалених поселень характерною повинна стати мережа комбінованих торговельних підприємств, а також пересувна, посилова торгівля, які необхідно відновити. Докорінних змін вимагають форми і методи торговельного обслуговування.

Що стосується оптової торгівлі, то вона об'єктивно повинна бути відновлена. Недооцінка її ролі призведе до руйнування роздрібною торгівлі. Особливо важливо зберегти

районний продовольчий опт, переглянути профіль універсальних баз, створити на оптовому ринку широку мережу дрібнооптових підприємств і посередницьких структур.

Іншою пріоритетною галуззю споживчої кооперації є заготівельна, структурні зрушення в якій повинні відповідати змінам на продовольчому ринку і реструктуризації АПК.

Зокрема, необхідно розширити мережу заготпромів, приймально-заготівельних пунктів, головним чином, мобільних, створити нові канали заготівлі спільно з іншими структурами на умовах кооперації. Через них розширяться масштаби і покращиться структура заготівлі. Це дуже важливо, оскільки сільське господарство слабо використовує заготівельні канали для реалізації своєї продукції.

Одночасно із змінами в каналах заготівель необхідно провести серйозні зрушення в структурі продукції.

Виникає реальна можливість підключення споживчої кооперації до формування ресурсів аграрної сировини не тільки для власних потреб, але більшою мірою для вітчизняної переробної промисловості, а також міжрегіональних і експортних поставок.

Поряд із заготівлями важливе місце в галузевій структурі споживчої кооперації займає виробництво.

Виробничі підприємства споживчої кооперації розташовані близько до сировинних ресурсів, вони динамічні і в перехідний період не тільки вижили, але й показали високу ефективність функціонування.

В кооперативній промисловості передусім необхідно виправити деформації в структурі виробництва за рахунок створення потужностей для виробництва непродтоварів особливо з місцевої, давальницької сировини.

Інший напрямок пов'язаний з реструктуризацією переробної промисловості, оптимізацією кількості підприємств, їх раціональною спеціалізацією. В остаточному результаті, в споживчій кооперації повинна сформуватися багатопродуктова і оптимально збалансована структура виробництва.

Споживча кооперація органічно пов'язана з агропромисловим комплексом країни. Вона бере активну участь у формуванні кінцевого продукту АПК, в його реалізації, соціальному обслуговуванні сільського населення. У свою чергу, із АПК в споживчу кооперацію надходить великий потік сировини і товарних ресурсів. На сучасному етапі з усією очевидністю можна констатувати, що місце споживчої кооперації в ринковій економіці визначається здебільшого її взаємостосунками з АПК і тією роллю, яку вона виконує в його становленні.

Враховуючи це для споживчої кооперації, АПК стає стратегічною сферою діяльності. Напрямки взаємодії системи в цій сфері різноманітні. Ведучим з них є активізація участі споживчої кооперації в соціально-культурному відродженні села. Реалізація проблем у цьому напрямку пов'язана передусім із створенням якісно нової системи торговельного обслуговування, збереженням роздрібною мережі і підприємств громадського харчування, відновленням масштабів кооперативної торгівлі на селі.

Другий напрямок – це підвищення ролі споживчої кооперації в становленні багатокладної економічної основи АПК, підтримці розвитку широкої мережі сільськогосподарських і сервісних кооперативів, фермерських і колективних господарств. Саме за участю споживчої кооперації на селі можливе створення кооперативів із матеріально-

технічного забезпечення господарств, ремонту, переробки, зберігання, підсортування і упакування та ін.

Величезний потенціал споживчої кооперації може бути не тільки широко, але і ефективно використано за умови, що він буде якісно оновлений за рахунок інвестиції з неоподаткованого прибутку при суттєвій підтримці держави.

УДК 336.717.061

Н.Л. Іващук

Національний університет "Львівська політехніка",

ДИНАМІЧНА МОДЕЛЬ КРЕДИТНО-ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

© Іващук Н.Л., 2001

Досліджується економіко-математична модель динаміки діяльності банку на кредитно-фінансовому ринку. На підставі побудованої моделі наводяться деякі розрахунки.

The economic-mathematical model of dynamic of the bank activity on the credit-financial market is researched. Some illustrative calculations are given.

Кредит відіграє важливу роль в економіці України, особливо у період становлення в ній ринкової інфраструктури та здійснення структурної перебудови народного господарства. Він сприяє прискоренню роздержавлення власності, допомагає швидшому перерозподілу грошових коштів, що дає можливість у стислі строки здійснити переорієнтацію виробництва і оздоровити економіку [1], [2].

У цій роботі зупинимось на тій частині активних банківських операцій, які формують так званий кредитний портфель банку. До таких операцій банку належать [3]: (а) операції з надання позик та кредитів; (б) вкладення у цінні папери; (в) формування касових залишків і резервів; (г) формування інших активів (формування основних засобів – будівель, обладнання тощо).

Банківське кредитування здійснюється згідно з принципами строковості, цільового характеру, забезпеченості і платності. Банківські кредити підприємницьким фірмам поділяються на такі види [4], [5].

1. Короткострокові кредити: (а) кредити, які самоліквідуються, на поповнення товарно-матеріальних запасів; (б) кредити під оборотний капітал; (в) "проміжні" кредити на будівництво; (г) кредити ділерам по цінних паперах; (д) кредити різним торговцям; (е) кредити під забезпечення активами (під дебіторську заборгованість, факторинг на поповнення товарно-матеріальних запасів).

2. Довгострокові кредити: (а) строкові кредити на придбання обладнання, рухомого складу, будівель і споруд; (б) револьверні кредитні лінії; (в) проектні кредити; (г) кредити на придбання інших підприємницьких фірм.

Надаючи кредити юридичним та фізичним особам, банки вимагають не тільки повернення кредитів у встановлений термін, але і сплати процентів за користування ними. В умовах ринкових відносин процент стає об'єктивним супутником кредиту, складовою частиною позичкової операції, оскільки позичкова операція – це акт комерційного продажу на визначений термін грошових коштів. За рахунок доходів у вигляді відсоткової плати