

Леся ДІДКІВСЬКА
*кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
Київ, Україна
Lesya_home@ukr.net*

ЦІННОСТІ СОЛІДАРИЗМУ В ЧАС ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ

Військова агресія з боку РФ принесла в Україну багато горя, людські втрати, руйнування інфраструктури та господарства, соціально-економічну нестабільність, загрозу екологічній безпеці тощо. У відповідь на ці виклики українці обрали шлях до солідарності та консолідації нації. Суспільство згуртувалося та мобілізувалося для досягнення цілей, що гарантуватимуть його існування та гармонійний розвиток, а цього можна досягти лише шляхом солідарної взаємодії. Підвищено мобілізаційні можливості соціуму та його ефективність за рахунок синергетичного ефекту в умовах усвідомлення різними соціальними групами спільності інтересів та відповідальності, а також здійснення ними погоджених дій. Відтак в Україні припинилися міжпартійні суперечки, відкрився міжнародний дипломатичний фронт, об'єдналися інтелектуали та журналісти в бажанні перемогти в інформаційному полі, посилилася роль громад у вирішенні численних проблем на місцях, ефективно самоорганізувалися добровольчі загони територіальної оборони, медичні батальйони, громадські, волонтерські та благодійні організації, ІТ-спільноти тощо. Таким чином солідаризм посилив рівень довіри у суспільстві, нівелював патерналістські настрої, зміцнив засади відповідальності та самоорганізації громадян. І це явище не нове, вітчизняний історичний досвід підтвердив, що українці в кризових ситуаціях за давньою національно-демократичною традицією самоорганізації та самоврядування активно включаються в мережі асоційованих груп [2, с. 41].

Водночас український солідаризм наразі варто пов'язувати не тільки з національним, а й соціально-економічним аспектом. Адже в умовах війни припинено діяльність значної кількості підприємств, частину з них зруйновано або вони опинилися в тимчасовій окупації, що не найкращим чином відобразилося на економічному становищі країни та соціальному забезпеченні громадян. Однак важливо, щоб в таких умовах дотримання соціальних пріоритетів відбувалося не лише за рахунок патерналізму в соціальній політиці та утриманства в економічній поведінці. Тим більше

посилювати згадані ризики може обіцяна значна донорська допомога країн-партнерів. Водночас солідарна взаємодія ґрунтується на ідеї соціальної справедливості, а одним із принципів солідаризму є врахування свободи окремого індивіда, визнання приватної власності та особистих інтересів членів суспільства, які займаються господарством. У зв'язку з цим досвід практичної реалізації ідей і засад солідарної економіки може стати одним з можливих шляхів реалізації принципу інклюзивності та досягнення добробуту нації, збереження екологічної рівноваги, ревіталізації традицій соціальної відповідальності в господарській культурі України на засадах законності, демократизму, добровільності та самоврядування.

Відтак актуальними завданнями для України є не лише становлення інституційних механізмів солідарної взаємодії підприємницького середовища і місцевих громад, співпраця уряду та ділової еліти у вирішенні суспільно-економічних проблем, а й економічна самоорганізація та самоврядність на місцях. Істинність останньої тези підтверджує той факт, що в українській економічній історії існує потужна традиція кооперації як форми національного господарського солідаризму та соціально відповідального підприємництва. Свою економічну спроможність вітчизняна кооперація довела і в період Другої світової війни, і післявоєнної відбудови господарства України.

Так, зруйнована під час війни система споживчої кооперації на всій території України відновлювалась солідарно, коштом і працею пайовиків і працівників, основним напрямком її діяльності була заготівля сільськогосподарської продукції для постачання армії й мирного населення, сировини для потреб оборонної промисловості, а також централізоване нормоване забезпечення сільських робітників та службовців (працівники МТС, вчителі, лікарі, зоотехніки, агрономи та ін.) [3, с. 83]. Споживча кооперація задовольняла попит в умовах низької платоспроможності населення, реалізовувала заходи по зниженню витрат обігу в кооперативній торгівлі, намагалась скоротити час товаропросування через різні ланки системи, удосконалювала сільську торгівлю, розбудовувала виробничу та торгівельну мережу у найбільш заселених регіонах. Уже до кінця 1943 р. її торгівельна мережа налічувала 5561 підприємство, 36 райунівермагів, кількість працівників досягла 14039 чоловік [4, с. 9, 15]. У цей період заклади кооперації гостро потребували кваліфікованих кадрів, тому приділялась серйозна увага їх підготовці (на кінець 1945 р. кількість торгівельних працівників зросла до 57991 чоловік [5, с. 159]). Крім того, кооперативи розгорнули підсобні

господарства (займались тваринництвом, рослинництвом, забезпечували роботу закладів громадського харчування, заготовляли гриби, ягоди, лікарські рослини); збільшили складську мережу системи (овочесховища та картоплексховища, керосиносховища, соляні склади, погребі й льодники); створили переробні пункти, забійні майданчики, сушарки, цементні ями тощо [8]. У 1946 р. роздрібний обіг торгівельної мережі та закладів громадського харчування споживчої кооперації України сягнув 7, 4 млрд. руб [5, с. 40].

Вагома частка у забезпеченні товарами легкої промисловості та сфери послуг в період Другої світової війни належала кустарно-промисловій кооперації. Ремісники й кустарі використовували місцеву сировину, були досить гнучкими у задоволенні споживчого попиту, а також зацікавлені у збільшенні виробництва і збуту продукції. Навіть в умовах обмеженості використання підприємницького потенціалу кооперативними організаціями в СРСР вони змогли розширити місткість споживчого ринку промислових і продовольчих товарів, мобілізуючи додаткові товарні ресурси місцевої промисловості та населення.

У післявоєнний період держава, належним чином оцінивши дієздатність споживчої кооперації під час війни, скористалась її підприємницьким потенціалом з метою переходу від нормованого постачання населення за картками до розгорнутої торгівлі (грудень 1947 р.). Подальшому розвитку розгорнутої торгівлі споживчої кооперації сприяла грошова реформа та опанування міського ринку (в 1948 р. мережа міськкоопторга налічувала 2865 од. [6, с. 27]). Кооператори прагнули якнайповніше задовольнити попит споживачів, тому збільшували асортимент та покращували якість пропонованих товарів, у тому числі дефіцитних. Джерелом децентралізованих закупівель кооперації були сільськогосподарські продукти колгоспів і селян, товари місцевої промисловості, кустарно-промислової кооперації та кооперації інвалідів, промисловості споживчої кооперації (кооперативна мережа випікання хліба за 1947-1950 рр. зроста на 73, 6%, продукція якої збільшилась на 86, 1% [5, с. 165; 7, с. 137], активізувалась робота переробних підприємств харчової продукції, підприємств легкої промисловості, меблевих, побутового обслуговування тощо).

Внаслідок відродження у певній мірі економіки України та насичення товарами ринку інтерес держави у питанні розвитку споживчої кооперації почав згасати, адже її результативність була вище успіхів державної торгівлі (роздрібний товарообіг ринку за післявоєнну п'ятирічку загалом збільшився в 2, 9 рази, а споживчої кооперації – у 3, 2 рази, а товарообіг

промислових товарів зріс в 5, 8 рази; товарообіг споживчої кооперації з 1940 до 1950 р. збільшився на 40% [7, с. 61]). Відповідно в серпні 1949 р. кооперативні організації припинили торгівлю в містах, а в 1950 р. в деяких містах та великих робітничих центрах передали власну мережу державній торгівлі [3, с. 118]. І знову споживча кооперація взялася за удосконалення сільського споживчого ринку, збільшуючи питому вагу дефіцитних промислових товарів (в 1950 р. до 69% [7, с. 75]), селяни отримали можливість купувати їх у кредит. Крім того, активно розбудовувалася роздрібна торгівельна мережа на території радгоспів, у невеликих містечках та селах з'явилися спеціалізовані магазини (галантерейно-парфюмерні, будівельні, господарські, книгарні тощо), розгорнулася пересувна торгівля. У містах дозволено було торгувати лише сільськогосподарськими продуктами за цінами, вищими від державних. Піднесенню господарської діяльності споживчої кооперації сприяла й можливість отримання державного довгострокового кредиту, збільшення державних закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію.

Значного розвитку у післявоєнний період набула і кустарно-промислова кооперація, що об'єднувала понад 24 тис. кооперативних майстерень та інших підприємств, торгівельні обороти яких склали 2029, 7 млн. руб [1, с. 317]. Про масштаби її діяльності свідчили конструкторські бюро, експериментальні лабораторії та науково-дослідні інститути, що працювали в її системі. Проте навіть в обмежених формах розвиток підприємництва в СРСР суперечив принципам адміністративно-командного господарювання, тому постановою ЦК КПРС «Про реорганізацію промислової кооперації» від 14 квітня 1956 р. промислову кооперацію до 1960 р. було ліквідовано, а її підприємства передано державі. Внаслідок знищення кустарно-промислових форм кооперування поглибилася проблема дефіциту товарів народного споживання, що негативно відобразилось і на роботі споживчої кооперації.

Таким чином, солідарна взаємодія громадян та підприємницький потенціал кустарно-промислових та споживчих кооперативів України відіграли значну роль у формуванні споживчого ринку в умовах Другої світової війни та післявоєнного відновлення народного господарства. Завдяки консолідації зусиль було розширено місткість споживчого ринку промислових і продовольчих товарів, мобілізовано додаткові товарні ресурси місцевої промисловості та домогосподарств, розбудовано мережу переробних підприємств, збільшено об'єми продукції, що виготовлялись ними, накопичено значні майнові та матеріально-фінансові ресурси, підготовлено кваліфіковані кадри для промисловості та торгівлі,

забезпечено історичну тяглисть інституту підприємництва. Історичний досвід солідаризму українців, ціннісною основою якого є довіра, рівність, взаємодопомога, емпатія, самоврядність, самодостатність, економічна ефективність, свобода вибору та економічна свобода, соціальна справедливість та відповідальність, сталий розвиток тощо, може бути корисним на сучасному етапі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гелей С.Д. Теорія та історія кооперації. К.: Знання, 2006. 513 с.
2. Дідківська Л.В. Українська кооперативна традиція як феномен солідаризму. *Проблеми розвитку третього сектора та соціально-орієнтованої економіки в Україні і світі: матеріали конференції*. Полтава, 30 березня 2021, 41-44. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/7142/tezykonf300321kr.pdf>
3. 40 лет советской потребительской кооперации 1917-1957. М.: Центросоюз, 1957. 243 с.
4. Потребительская кооперация за 1943 год: Годовой статистический отчет. М.: Центросоюз, 1945. 122 с.
5. Потребительская кооперация за 1946 год. М.: Центросоюз, 1947. 211 с.
6. Потребительская кооперация за 1948 год. М.: Центросоюз, 1949. 219 с.
7. Потребительская кооперация за 1950 год: Статистический сборник. М.: Центросоюз, 1952. 148 с.
8. Центральний державний архів вищих органів влади та управління України, ф. 296, оп. 8, спр. 97, 68 арк.

Любов ЛИТВИН

*кандидат економічних наук, доцент,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
Тернопіль, Україна
lytvyn2307@gmail.com*

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ ЯК БАЗОВА ЦІННІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ

На сьогодні тема клієнтоорієнтованості є доволі актуальною як для бізнесу загалом так і зокрема. Серед основних цінностей і чинників успіху інноваційного підприємництва найбільшу перевагу компанії надають клієнтоорієнтованості, адже завдяки їй можливо досягти високих показників у таких цінностях, як орієнтація на інноваційність, результативність, відповідальність.

Через нерозуміння сутності поняття «клієнтоорієнтованість» багато підприємств нездатні вибудувати філософію бізнесу. У літературних джерелах існує велика кількість визначень «клієнтоорієнтованості», які