

*Список цитированных источников*

1. Камнева, Н. А. Эмпирическое исследование индивидуально-личностных и тендерных особенностей стилевых паттернов поведения в межличностном конфликтном взаимодействии / Н. А. Камнева // Научный диалог. – 2013. – № 9. – С. 41–49.
2. Леонов, Н. И. Конфликты и конфликтное поведение. Методы изучения : учеб. пособие / Н. И. Леонов. – СПб. : Питер, 2008. – 240 с.

## **РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА**

**Гринюк Н. А.**

Украина, г. Киев

Киевский национальный торгово-экономический университет,  
доцент кафедры мировой экономики,  
кандидат экономических наук, доцент

В современных условиях глобализации на первый план выходит социальная сфера деятельности: стремление улучшить качество жизни в регионе обслуживания, содействие справедливому распределению экономического потенциала более широкому кругу людей, в определенной степени решения проблем занятости населения.

Именно в такой ситуации чрезвычайно возрастает роль кооперации и ее идеологии – идеологии экономического развития, общественного партнерства и гражданской ответственности. Кооперация проявляет свое отношение к глобализации экономики с позиции потребителя (своего пайщика), выступая в форме объединения населения, принимая на себя часть функций государства – социальную защиту населения. Уникальность кооперации заключается в том, что, с одной стороны, – это самоорганизующаяся общественная структура, а с другой – самодостаточная хозяйственная организация.

И именно эти особенности формируют главное преимущество, которое является основой для долгосрочного эффективного функционирования потребительской кооперации: оптимальное сочетание социальной миссии кооперации с ее хозяйственной

## Право. Экономика. Социальное партнерство

деятельностью, основанной на кооперативным принципах и ценностях. Система потребительской кооперации является частью институционального механизма рыночной экономики и характеризуется внутренней структурой, соподчиненностью, взаимосвязью и взаимозависимостью элементов. Организации потребительской кооперации являются заведомо управляемыми социальными образованиями с определенными границами, функционирующие на относительно постоянной основе для достижения общей цели или целей [1, с. 12], в соответствии с которыми они устанавливают взаимоотношения с другими физическими и юридическими лицами [2, с. 93].

По нашему мнению, особенности системы потребительской кооперации в сфере социального партнерства отражаются, прежде всего, совокупностью выполняемых ею функций.

Экономическая функция потребительской кооперации проявляется через объединение экономических субъектов в целях представительства и защиты их интересов, в дальнейшем реализуется путем предоставления широкого спектра услуг, производства продукции, аккумуляирования свободных денежных средств, а также привлечения других ресурсов, которые не используются обществом другим способом.

Социальная функция потребительской кооперации заключается в активизации гражданской позиции отдельных лиц и их привлечении к общественным процессам (на региональном уровне), выявлении острых социальных проблем, привлечении для их решения с одной стороны, внимания государства и общества, а с другой – объединенных ресурсов и усилий физических и юридических лиц.

Посредническая функция потребительской кооперации заключается в согласовании интересов государства и индивидуума при реализации социально-экономических программ развития общества, участии в решении определенных проблем регионального и местного уровня, связанных, в частности, с обслуживанием населения региона и развитием инфраструктуры. Кроме того, потребительская кооперация, отстаивая и лоббируя собственные интересы, оказывает влияние на коммерческий сектор экономики, прежде всего, через создание конкурентной среды.

Правовая функция потребительской кооперации проявляется в ее законотворческой деятельности: участие в разработке

и изменении законов, создании ведомственной нормативно-правовой базы, адекватной современным условиям хозяйствования.

Духовная функция потребительской кооперации заключается в воздействии на формирование нравственных ценностей общества, разработке норм поведения для членов организации как внутри объединения, так и по отношению к другим (физическим и юридическим) лицам.

Особые цели деятельности потребительской кооперации, отличающиеся от целей коммерческих организаций, формируют, по нашему мнению, следующие социальные черты системы:

- выступает организационной основой механизма общественного регулирования, поскольку отражает индивидуальные и групповые интересы людей, решая определенные местные и региональные проблемы путем самоорганизации населения;

- образует своеобразную социальную сеть – коммуникационные взаимодействия между экономическими субъектами по координации их деятельности [3, с. 109];

- отражает наличие в рыночной экономике особого фактора производства – способности населения к самоорганизации, самоуправлению и самодеятельности, которая и реализуется через формирование потребительских кооперативов и преобразования их в социальную сеть путем образования объединений первичных организаций;

- выступает особой формой социально-ориентированных хозяйствующих субъектов;

- имеет возможности предоставлять услуги в сфере, где государство не в состоянии полностью учитывать спрос на общественные потребности и своевременно реагировать на его изменения;

- использует механизм сфокусированной дифференциации – поиск групп потребителей, чьи потребности лучше всего может удовлетворить система потребительской кооперации [4, с. 14];

- выступает системообразующим институтом рыночной экономики;

- единственная форма организации хозяйствования, которая имеет международные, законодательно выписанные и утвержденные основы ее идентификации и функционирования;

- как своеобразная социальная сеть может быть условно названа социальным богатством государства.

## Право. Экономика. Социальное партнерство

Результаты исследования позволяют в обобщенном виде сформулировать главные задачи потребительской кооперации в сфере социального партнерства:

1. Самосохранение потребительской кооперации как специфической социально ориентированной формы хозяйствования. Сложность этой задачи заключается, с одной стороны, в необходимости мобилизации потенциала для восстановления позиций потребительской кооперации на рынке, а с другой – в перманентности вопроса сохранения своей рыночной ниши в конкурентной экономике.

2. Реализация и наращивание собственных конкурентных преимуществ. Потребительская кооперация, выступая элементом рыночной инфраструктуры, сама также представляет собой рынок, который, во-первых, является гарантированным с точки зрения сбыта продукции (хотя и ограниченным численностью и покупательной способностью пайщиков), и, во-вторых, является открытым для некооперированного населения и предприятий различных форм собственности, что формирует потенциал для взаимовыгодного сотрудничества.

3. Восстановление значимости и места в жизни общества. Потребительская кооперация сегодня функционирует в новых экономических и общественных условиях как независимое и автономное формирование, самостоятельно определяет свою роль и место в обществе: во-первых, как одного из элементов многоукладной экономики, во-вторых, как одного из субъектов противостояния монополизму на региональном рынке (в сфере торговли, услуг, производства, закупочной деятельности), в-третьих, как социальной организации, которая решает проблемы определенной части населения и тем самым снижает социальную напряженность в обществе.

4. Усиление организационной работы с населением относительно кооперативных преимуществ, прежде всего, с целью активизации участия пайщиков и привлечения новых членов. Рост эффективности деятельности потребительской кооперации на сегодня неразрывно связан с возрастанием роли пайщиков и повышением их экономического участия в деятельности потребительского общества.

5. Территориальная диверсификация традиционных отраслей потребительской кооперации, а именно создание и расширение сети потребительских кооперативов не только

в сельской местности, но и возрождение исторической практики их функционирования в городах.

В целом, сложность и многогранность проявлений социального, экономического и политического характера потребительской кооперации формируют уникальный потенциал ее успешного функционирования в жестких условиях сегодняшнего дня. Основанная на непосредственной инициативе и самостоятельности ее членов во имя их же благосостояния, потребительская кооперация, по моему мнению, должна рассматриваться в качестве особой формы хозяйствования, адекватной современному этапу развития социально ориентированного общества.

*Список цитированных источников*

1. Мильнер, Б. З. Теория организаций / Б. З. Мильнер. – М. : ИНФРА-М., 2012. – 347 с.
2. Ульянов, Г. В. Собственность и экономические организации / Г. В. Ульянов. – Иваново : ИвГУ, Ковров, 2011. – 374 с.
3. Чураков, А. Н. Анализ социальных сетей / А. Н. Чураков // Социологические исследования, 2000. – № 1. – С. 107–111.
4. Винокурова, Л. И. Особенности стратегического планирования некоммерческих организаций на современном этапе экономического развития / Л. И. Винокурова. – СПбГУЭФ, 2009. – 256 с.

## **РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ В РАМКАХ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В БЕЛАРУСИ**

**Занкевич А. В.**

Республика Беларусь, г. Минск

Белорусский государственный экономический университет,  
аспирант

Общественный контроль как форма участия граждан в государственном управлении является одним из механизмов взаимодействия общества и государства.

Существуют различные механизмы реализации общественного контроля в рамках социального партнерства. Основными следует считать: 1) сбор и распространение данных о состоянии