

Маца К.А.

УДК 910.1:008

КОЛЛЕКТИВИЗМ И КООПЕРАТИВНОСТЬ КАК ЕСТЕСТВЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ СИСТЕМ

Аннотация. В статье показано, что коллективизм - естественный принцип организации социальных систем. Коллективизм, подобно стайности и стадности, есть кооперация живых особей с целью самосохранения. Стайность, стадность и коллективизм следует рассматривать как способ компенсации слабости одной особи. Автор показывает правомерность существования коллективной и кооперативной форм собственности, обосновывает необходимость дальнейшего развития в Украине сельскохозяйственной и потребительской кооперации.

Ключевые слова: самосохранение, синергизм, стайность, стадность, коллективизм, кооперация, живые особи, формы собственности.

Анотація. В статті показано, що колективізм – природний принцип організації соціальних систем. Колективізм, подібно стайності та стадності, являється кооперацією живих особин з метою самозбереження. Стайність, стадність і колективізм слід розглядати як спосіб компенсації слабкості однієї особини. Автор показує правомірність існування колективної та кооперативної форм власності, обґрунтовує необхідність подальшого розвитку в Україні сільськогосподарської і споживчої кооперації.

Ключові слова: самозбереження, синергізм, стайність, стадність, колективізм, кооперація, живі особини, форми власності.

Summary. The present article is concerned with the collectivity as natural principle of social systems' organization. Collectivity as aggregate behavior and gregariousness is cooperation of living bodies with the aim of self-preservation. Aggregate behavior, gregariousness and collectivity must be seen as a way of compensation of one person's weakness. The author reveals the lawfulness of the existence of the collective, substantiates the necessity of the further agricultural and consumers' cooperatives development in Ukraine. This follows from the hierarchy of patterns of ownership – private, collective, cooperative, state-owned, individual where collective and cooperative patterns of ownership are absolutely lawful and absolutely equal in rights. Thus the reduction or liquidation of cooperative farming, just as the limitation of consumer cooperative's activity in the first years of independent Ukraine must be seen as measures that are premature and economically unreasonable.

Keywords: self-preservation, synergism, aggregate behavior, gregariousness, collectivity, cooperation, living bodies, forms of property.

После обретения независимости в Украине была демонтирована большая часть крупных сельскохозяйственных предприятий – колхозов и совхозов. Демонтаж колхозов и совхозов велся энергично и бескомпромиссно и не только потому, что этого требовала рыночная экономика, но и потому, что по убеждению идеологов перестройки колхозы и совхозы олицетворяли советское прошлое, к тому же организованы были не на добровольных началах. Только несколько лет спустя, когда в силу ликвидации колхозов и совхозов часть пахотных земель в Украине перестала обрабатываться, а животноводческие комплексы и фермы в подавляющем большинстве были разобраны до фундамента, стало ясно, что ликвидация колхозов и совхозов была мерой преждевременной. Фермерские хозяйства, как альтернатива крупным коллективным хозяйствам, не могут быть эквивалентной им заменой. Таким образом, сельскохозяйственной кооперации Украины был нанесен огромный организационный и экономический ущерб.

Вторым объектом, на который была направлена преобразующая инициатива руководителей перестройки, стала потребительская кооперация. Достаточно проехать по селам, посмотреть на закрытые или полуразрушенные сельские магазины, свернутую систему заготовок сельскохозяйственных продуктов и сырья, чтобы убедиться, какую цену заплатило сельское население за нелюбовь инициаторов перестройки к потребительской кооперации. Так, в 1990 году в системе потребкооперации Украины было 73,6 тыс. магазинов. За прошедшие 20 лет их численность сократилась в 7,6 раза и в 2011 году составила 9,6 тыс. Численность работников потребкооперации сократилась почти в 10 раз.

Печально, что инициаторы перестройки не вняли ни зарубежному опыту организации коллективных хозяйств, ни организации кооперативного движения, ни тем теоретическим наработкам, которые имеются в научной литературе. Латинское слово «reformatio» дословно обозначает – «преобразование, улучшение». Под реформой, соответственно семантике этого слова, понимается «преобразование, изменение, которое не уничтожает основ существующей структуры». Поэтому то, что свершилось в сельском хозяйстве и потребительской кооперации Украины, с большой натяжкой можно назвать реформой.

К великому сожалению, у нас до сих пор бытует мнение, что коллективность и кооперативность являются изобретением человека, выдумкой человека. Это не так. И коллективизм, и кооперативность – это не выдумка человека, а естественные принципы организации систем. При этом коллективизм и кооперативность взаимно обуславливают и взаимно дополняют друг друга. Кооперация – это высшая форма коллективизма, когда между элементами, входящими в систему, точно определена мера взаимозависимости. Коллектив – это всегда в большей или меньшей мере, прямо или опосредованно выраженная кооперация элементов, входящих в коллектив (систему). И коллективность и кооперативность отражают один и тот же принцип – коллективистское начало в организации общества и производства. Поэтому в данном контексте «коллективность» и «кооперативность» рассматриваются во взаимосвязи.

Провожая взглядом улетающих на юг журавлей осенью, и радостно встречая их весной, мы изумляемся мудрости птичьего инстинкта. Нас поражает иерархический порядок, царящий в стаде бизонов, оленей, обезьян. Мы по-хорошему завидуем социальной организации пчелосемьи, ее групповому трудолюбию, жизнестойкости. Приведенные примеры свидетельствуют о существовании в окружающем мире – мире природы и мире людей, принципа групповой (коллективной) организации. В самом деле, большая часть видов рыб живут стаями, многие виды птиц ведут стайный образ жизни. Копытные млекопитающие предпочитают жить стадно. Стадный образ жизни ведут и многие виды хищников. Человек ведет коллективистский образ жизни, потому что реализовать свое бытие человек может только, будучи в составе коллектива. Что же понуждает животных объединяться в стаи, стада, а людей – в коллективы? Ответ однозначен – прежде всего, стремление сохранить себя. Изначальным принципом организации систем является принцип самосохранения. Каждая система стремится сохранить свою целостность, свое состояние, свое движение и направленность своего движения. Если бы системы не исповедовали принцип самосохранения, они не смогли бы стать даже реальностью. Поэтому системы свято подчинены принципу самосохранения. Более того, они всячески совершенствуют и преумножают средства и способы самосохранения. Очевидно, что птицам и рыбам в стаях, млекопитающим в стадах, человеку в коллективе легче осуществлять свое самосохранение. Стадность, стайность, коллективизм – это способ самосохранения живых систем. С другой стороны, мы вправе рассматривать стадность, стайность, коллективизм как кооперацию живых систем. Можно дать и иную интерпретацию: стадность, стайность и коллективизм – это способ компенсации слабости одной особи. Аналогичную позицию находим в работе Ф. Энгельса «Происхождение семьи, частной собственности и государства»: *«Для того, чтобы в процессе развития выйти из животного состояния и осуществить величайший прогресс, какой только известен природе, требовался еще один элемент: недостаток способности одной особи к самозащите надо было возместить объединенной силой и коллективными действиями стада»* [Энгельс 1961: 39-40]. Способствовать самосохранению особи – таково первое предназначение стайности, стадности, коллективизма. Однако в этих формах организации живых систем заложен еще один важный принцип – принцип синергизма. Соответственно теории систем, при объединении элементов в систему, элементы становятся не простой механической смесью, а образуют новую конструкцию, имеющую свои свойства и свои потенции. С возникновением системы, как объединения элементов, функции системы оказываются намного шире и разнообразнее, чем они были у разрозненных до объединения элементов. Более того, у системы могут возникнуть новые, не присущие элементам, свойства и новые потенции, что позволяет элементам в результате коллективного взаимодействия достигать больших результатов, чем они могли достигать в состоянии разрозненности. Синергизм (от греч. *synergos* – совместное действие) – явление усиления одного объекта или субъекта другими объектами (субъектами). Синергия – дополнительное усилие, возникающее в результате совместного кооперативного действия элементов системы. Так, например, у отечественных легковых автомобилей двигатель имеет 4 цилиндра. Мощность каждого цилиндра 15 л.с. Общая же мощность двигателя 72 л.с. Сложив мощности 4^х цилиндров мы получаем 60 л.с. Возникает вопрос: «Откуда у двигателя появилось дополнительно 12 л.с. (72-60=12)?» За счет усиления цилиндров друг другом. Синергизм при объединении элементов в систему проявляется не всякий раз, а лишь тогда, когда векторы усилий элементов оказываются однонаправленными. Если это происходит, тогда справедливо выражение

$$\vec{n} + \vec{n} + \vec{n} > 3n, \text{ где}$$

\vec{n} – равновеликие усилия каждого из 3-х элементов, из которых состоит система. Таким образом, принцип синергизма заключается в том, что эффективность совместного функционирования элементов системы выше, чем эффективность суммы изолированного функционирования этих же элементов.

В отечественной литературе при анализе «индивидуального» и «коллективного», как правило, проводится их противопоставление. Однако не менее продуктивным оказывается рассмотрение диалектического единства «индивидуального» и «коллективного». Первобытное стадо людей не дифференцировалось на личности, ибо каждый человек был всего лишь «винтиком», неотъемлемой частью стада. Лишь по мере роста самосознания первобытных людей и роста общественного сознания начался процесс дифференциации первичного стада на личности. Поэтому в паре «индивидуальное-коллективное» изначально является «индивидуальное». В первобытном, рабовладельческом, феодальном обществах и на ранних стадиях капитализма приоритетным было «индивидуальное». Лишь по мере роста численности населения и развития общественного производства возрастает роль «коллективного». Однако, «коллективное» стоит на плечах «индивидуального», в то же время «индивидуальное» может реализовать себя, проявить себя только через коллективное. Таким образом, если «индивидуальное» и «коллективное» рассматривать как некие полярности, то они абсолютно равноправные.

Диалектическое единство «индивидуального» и «коллективного» достаточно ясно проявляются в существующих формах собственности. В настоящее время в мире исторически сложилось четыре основные формы собственности – частная, коллективная (групповая), кооперативная (корпоративная) и государственная. Пятая форма собственности – личная (индивидуальная) является производной от высших форм собственности (коллективной, кооперативной, государственной) и определяет в них долю каждого из совладельцев собственности. Вектор эволюции форм собственности направлен от частной собственности к государственной, т.е. низшей формой собственности является частная, высшей – государственная. Это следует из логики процесса эволюции форм собственности. Признание коллективной, кооперативной, государственной форм собственности более высокими, чем частная, встречает нередко несогласие. Оппоненты спрашивают: «Если коллективная, кооперативная, государственная формы собственности –

высшие, почему же они оказались недостаточно эффективными в СССР?» Дело в том, что высшие формы собственности – коллективная, кооперативная и государственная раскрывают свои преимущества при условии высокого самосознания людей, т.е. когда векторы их усилий однонаправлены. А поскольку этот уровень самосознания людей в СССР не был достигнут, не раскрылись в полную меру и преимущества коллективной, кооперативной и государственной форм собственности. Отсюда следует, что переход сельского хозяйства Украины от крупных коллективных хозяйств (колхозы, совхозы) к фермерским хозяйствам был шагом назад, а не шагом вперед.

Учитывая кризисное состояние АПК Украины, нам представляется важным и нужным ускоренное развитие в Украине сельскохозяйственной кооперации, а также организация государственных сельскохозяйственных предприятий (госхозов). При этом непременно должна развиваться потребительская кооперация, которая бы осуществляла в полной мере не только розничную торговлю на селе, но обеспечивала сельхозпредприятия средствами производства и осуществляла заготовку и переработку сельскохозяйственной продукции и сырья.

Источники и литература:

1. Аліман М. В. Споживча кооперація України в умовах економічної кризи і переходу до ринкової економіки (90-ті роки ХХ ст.) Історико-економічний огляд. Лекція, Полтава, 1994.
2. Происхождение семи, частной собственности и государства // Маркс К., Энгельс Ф. Сон. – 2-е изд. – М., 1961. – Т. 21. – С. 39–40.

Могила І.С.

УДК 339.138

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЙОГО РОЗВИТКУ

Анотація. Зростання значущості маркетингової сфери для сучасних компаній визначає як актуальність управління даним видом діяльності в цілому, так і управління витратами на її здійснення. Незважаючи на наявність значної кількості методів управління витратами, розробки з обґрунтованого їх вибору на сьогодні майже відсутні. Управління витратами має бути гнучким, відповідати змінам у діяльності підприємства та враховувати особливості об'єкта – витрат.

Ключові слова: маркетингові витрати, маркетингова стратегія підприємства, класифікація маркетингових витрат.

Анотация. Рост значимости маркетинговой сферы для современных компаний определяет как актуальность управления данным видом деятельности в целом, так и управление затратами на ее осуществление. Несмотря на наличие значительного количества методов управления затратами, разработки по обоснованного их выбора на сегодня почти отсутствуют. Управление затратами должно быть гибким, соответствовать изменениям в деятельности предприятия и учитывать особенности объекта – расходов.

Ключевые слова: маркетинговые расходы, маркетинговая стратегия предприятия, классификация маркетинговых затрат.

Summary. Recently, the Ukrainian economy has fully realized the importance of marketing for enterprise development, in particular its role in increasing sales, profits, expanding customer base, etc. Growing importance of marketing areas for modern company defines as the relevance of data management activity in general and administration costs of its implementation. Despite the presence of a significant amount of management costs, the development of an informed choice on their now almost absent. According to the author, a qualified analysis of marketing costs of structural elements is relevant and necessary to the successful operation of a modern enterprise. It is necessary to carry out marketing activities adapted to the crisis. The heads of marketing services are often able to develop analytical skills for quantitative assessment of management of marketing activities and the costs of its implementation. In this context, the decision taken in marketing without having the necessary data and expert estimates. Given this situation, most recently in the economic sphere is increasingly growing demand for marketing based on the database and calculations. Cost management has to be flexible and respond to changes in the enterprise and tailored to suit the object - cost.

Keywords: marketing costs, marketing strategy of the enterprise, the classification of marketing costs.

Актуальність проблеми. В умовах сучасного стану ринкового середовища практично жодне комерційне підприємство не може успішно розвиватись без застосування маркетингових принципів, інструментів, концепцій. Основною метою функціонування будь-якого підприємства є отримання прибутку, проте, як відомо, формують останній саме споживачі продукції. І власне інструментарій маркетингу – чи не єдиний фактор впливу на поведінку споживачів, який може реалізовувати виробник.

Останнім часом українська економіка повною мірою усвідомила важливість маркетингу для розвитку підприємства, а саме його роль у збільшенні обсягу продажів, прибутку, розширення клієнтської бази тощо. Однак, як свідчить практика, керівництво в рідкісних випадках здійснює маркетингову діяльність відповідно до концепції управління організацією. Частими випадками маркетинг різних суб'єктів господарювання передбачає лише створення безпосередньо служби маркетингу, проте не реалізацію філософії підприємства, орієнтованої виключно на споживача. Найчастіше сучасні фірми ізольовано використовують елементи маркетингу або застосовують окремі комплекси взаємопов'язаних методів і засобів маркетингової діяльності. На думку автора, кваліфікований аналіз витрат на маркетинг їх