

УДК 334.732: 631.115.8 (477)

О. Ф. Савченко,

д. е. н., професор, професор кафедри обліку і аудиту,

ВНЗ Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі"

А. І. Мілька,

асистент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,

ВНЗ Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі"

## СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ КООПЕРАТИВИ ТА РОЗВИТОК СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

*У статті розкрито проблеми розвитку сільськогосподарських кооперативів, місце споживчої кооперації в торговельній галузі України, роздрібно-товарообігу торговельних підприємств України та роздрібно-товарообігу торговельних підприємств споживчої кооперації України.*

*The article deals with problems of agricultural cooperatives, consumer cooperatives in the place of trade in the Ukraine, the retail turnover of trade enterprises of Ukraine and the retail turnover of trade enterprises Consumer Cooperatives in Ukraine.*

*Ключові слова: кооператив, ринок, роздрібний, споживча кооперація, товарообіг, торгівля.  
Key words: cooperative, market, retail, consumer cooperatives, trade, trade.*

### ВСТУП

В умовах перехідної економіки все більш актуальним стає виявлення умов для закріплення позитивних економічних тенденцій і трансформування їх у соціальні, в тому числі відтворення функцій і соціально-економічної ролі споживчої кооперації. Перш за все, коротко розглянемо напрями розвитку європейського кооперативного руху та розвиток європейських кооперативів. Зазначимо, кооперативи Західної Європи відображають собою сектор соціально орієнтованої економіки. Кооперативи є гнучкими підприємствами, що вміло адаптуються до соціальних змін, що зумовлені кризами в економіці. Кооперативна модель бізнесу заявила про себе у різних галузях і сферах діяльності: сільському господарстві, промисловості, роздрібній торгівлі, охороні здоров'я, фінансовій сфері і сфері страхування виробництва енергії із відновлювальних джерел.

За розмірами кооперативи варіюються від мікропідприємств до великих компаній, які працюють на міжнародному рівні. Кожне з них робить свій внесок у економічний і соціальний розвиток європейських держав. Кооперативи є основними конкуруючими організаціями у широкому колі економічних секторів.

Стратегічними напрями розвитку кооперативів Європи формуються з урахуванням стратегії ЄС-2020 (Європейське співтовариство — 2020).

Кожний напрям майбутнього розвитку євро-

пейських кооперативів обґрунтовується як вклад кооперативів у загальний процес соціально-економічного розвитку держав ЄС. Розвиток кооперативів у єдиній економічній системі ЄС — це перспектива стійкого розвитку, це можливість реалізувати ціннісну кооперативну модель на благо членів кооперативів і суспільства. Стосовно останньої найбільш актуальним є визначення механізму посилення впливу споживчої кооперації на розвиток відносин на внутрішньому споживчому ринку України, від чого значною мірою залежить забезпечення соціально-економічного розвитку країни.

### ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Метою даного дослідження є оцінка і перспективи розвитку кооперативів у сільському господарстві та роздрібно-товарообігу відповідно до вимог та форматних уподобань споживачів, розвитку мережі роздрібно-товарообігу як за кордоном, так і в Україні; формування рівня цін, якості товарів та торговельного обслуговування (в тому числі і сільськогосподарської продукції) на основі інноваційних технологій, регіональної експансії.

### РЕЗУЛЬТАТИ

За нашими дослідженнями встановлено: найбільше значення у державах європейського співтовариства мають сільськогосподарські кооперативи. У державах ЄС кооперативи створюють значну долю сільськогосподарської продукції і послуг в аграрному секторі (табл.

1).

Дані табл. 1 свідчать, що найбільша доля кооперативів на ринку сільськогосподарської продукції і послуг у Данії і Швеції. Кооперативи Європи завжди прагнуть до інтеграції, створюють союзи і оптові суспільства, переробляючи комплекси, організовують міжнародні об'єднання.

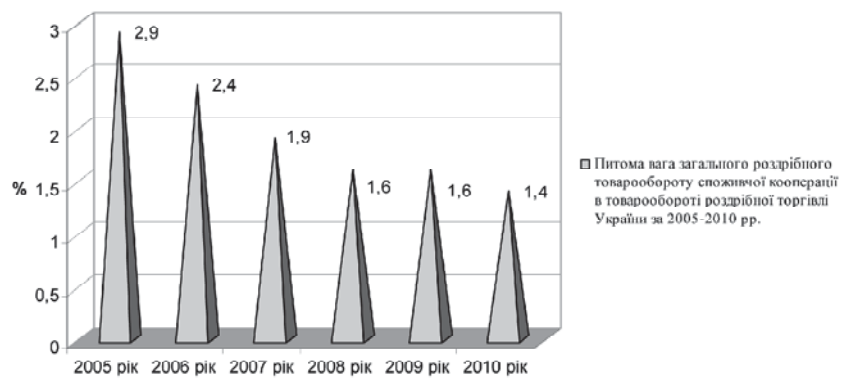
У даній статті більш детально мова піде про розвиток в Україні споживчої кооперації в торговельній галузі, маючи на увазі також розвиток кооперації сільськогосподарського виробника.

Світовий кооперативний досвід, частиною якого є українська кооперація, свідчить про те, що кооперація — це не лише тип виробництва чи форма господарювання, а економічно зумовлена ідеологія виживання, перш за все сільськогосподарського виробника, в жорстких економічних умовах, у тому числі трансформаційних криз, глобалізації світового економічного простору. Рівень розвитку споживчої кооперації (торгівлі, заготівель, громадського харчування, виробничої діяльності), спільні інтереси та повсякденні взаємовідносини з селянами здатні суттєво впливати на створення на селі відповідного соціально-економічного середовища та необхідних передумов розвитку АПК. Кооперативні підприємства (організації), які далі іменуються "кооперативи", поряд з державними підприємствами (об'єднаннями) є основною ланкою єдиного народногосподарського комплексу. Кооперативи можуть створюватися і діяти в сільському господарстві, в промисловості, будівництві, на транспорті, в торгівлі й громадському харчуванні, у сфері платних послуг та інших галузях виробництва і соціально-культурного життя.

В умовах розвитку ринкових відносин торгівля як важлива складова сфери економіки України набуває все більшого розвитку, а споживчий ринок характеризується високим рівнем насиченості продовольчими та непродовольчими товарами, стабільним їх постачанням. Особливістю проявів відносин сумісності у сфері споживчої кооперації України є створення мережі підприємств роздрі-

**Таблиця 1. Доля кооперативів на ринку сільськогосподарської продукції і послугу державах ЄС — 15, %**

Держава	Молоко	Фрукти і овочі	М'ясо	Зерно і корма	Постачання ресурсами
Бельгія	50	70-90	20-30	-	-
Данія	93	20-25	66-93	87	59-64
ФРН	55-60	60	30	-	50-60
Греція	20	12-51	5-30	49	-
Ірландія	100	-	30-70	69	70
Італія	38	41	10-15	15	15
Люксембург	80	-	25-30	70	75-95
Нідерланди	82	70-96	35	-	40-50
Австрія	90	-	50	60	-
Португалія	83-90	35	-	-	-
Фінляндія	94	-	68	-	40-60
Швеція	99	60	79-81	75	75
Великобританія	98	35-45	2	20	20-25
Франція	49	3-50	27-88	75	50-60
Іспанія	35	15-40	20	20	-



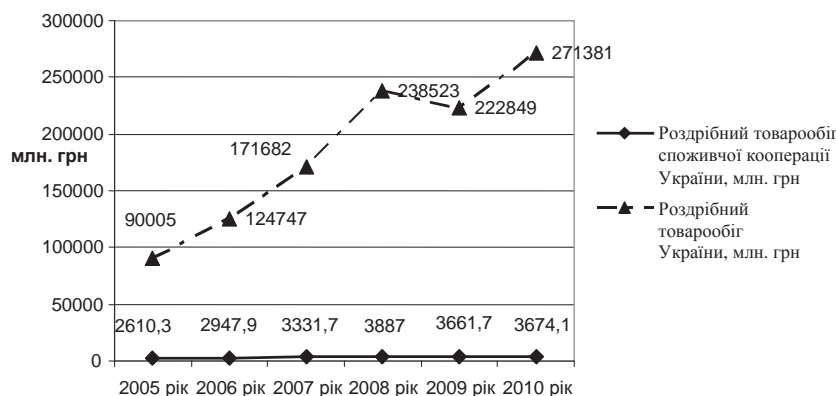
**Рис. 1. Питома вага загального роздрібного товарообороту споживчої кооперації в товарообороті роздрібної торгівлі України за 2005—2010 роки**

бної торгівлі. Слід зауважити, що в економічних умовах перехідної економіки України визначилася тенденція до згортання відносин, властивих сфері споживчої кооперації, що призвело, в свою чергу, до зниження показників діяльності сфери торгівлі споживчої кооперації.

За 2005—2010 рр. значно скоротилася питома вага споживчої кооперації в загальному обсязі роздрібного товарообігу України (рис. 1), яка за фізичним обсягом роздрібного товарообігу та масштабами діяльності раніше була домінуючою в торговельній галузі України.

За підсумками аналізованого періоду індекс зростання обсягу обороту роздрібної торгівлі в Україні становив 102,3%, порівняно з I півріччям 2009 року (у натуральному вимірі обсяг товарообігу за підсумками I півріччя 2010 року становив 231,4 млрд грн.).

При цьому слід зазначити, що на формування позитивних показників вплинули наступні фактори: низька порівняльна база, а також зміни в методиці розрахунків Держкомстату обсягів роздрібної торгівлі українських підприємств; зростання цін. Якщо виходити з офіційних да-



**Рис. 2. Динаміка роздрібногo товарообігу підприємств торгівлі України та роздрібногo товарообігу підприємств торгівлі споживчої кооперації України за 2005–2010 роки [1; 3; 4; 5]**

них Держкомстату, третій місяць поспіль в Україні була зафіксована дефляція (зниження індексу споживчих цін склало в червні 2010 року 0,4%; травні — 0,6%; квітні — 0,3%) [6]. Обсяг роздрібногo товарообігу підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібногo торгівлі в Україні, у I півріччі 2010 року становив 121,6 млрд грн., що у порівняльних цінах на 2,5% вище, ніж аналогічний показник I півріччя 2009 року. Несуттєве зростання викликано поступовим відновленням економічної активності галузей, орієнтованих на внутрішній споживчий ринок (легка промисловість, харчова й переробна промисловість). Крім того, збільшення роздрібногo товарообігу в Україні підтримується ростом реальної заробітної плати населення (за підсумками січня-червня 2010 року — 108,6%).

Роздрібний товарооборот підприємств споживчої кооперації Укоопспілки за 2010 рік збільшився на 19,3% у діючих цінах і на 6,0% у порівняльних цінах [1]. Так, за 2005–2010 роки роздрібний товарообіг торговельних підприємств України зріс у три рази, а роздрібний товарообіг торговельних підприємств споживчої кооперації України у 1,4 рази (рис. 2).

На початок 2011 року за класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) в Україні діяло 30,69 тис. суб'єктів господарювання (юридичних

осіб), що здійснювали діяльність із роздрібногo торгівлі та ресторанного господарства [6].

З них кількість суб'єктів, основним видом діяльності яких є роздрібна торгівля (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним), налічувалось 11,98 тис. одиниць, або 39,0% від загальної кількості; в ресторанному господарстві — 5,06 тис. одиниць, або 16,5%, діяльність в оптовій торгівлі і посередництво в торгівлі — 2,29 тис. одиниць, або 7,4%; в роздрібній торгівлі автомобілями, мотоциклами, пальним, їх технічного обслуговування та ремон-

ту — 1,96 тис. одиниць, або 6,4%.

На 1 січня 2011 року налічувалось 64,8 тис. об'єктів (підприємств — юридичних осіб), що займаються роздрібною торгівлею, у тому числі 48,0 тис. магазинів, з яких 10,1 тис. одиниць — магазини споживчої кооперації України (табл. 2).

Водночас необхідно зауважити, що висока конкурентоспроможність універсальних магазинів, розташованих в обласних і районних центрах, все більше поглинає ринок, призводить до зменшення кількості малих підприємств, діяльність яких пов'язана з високою витратомісткістю і збитковістю. Особливо це стосується мережі торговельних підприємств споживчої кооперації, де кількість торговельних підприємств скоротилася, що не могло не вплинути на темпи росту роздрібногo товарообороту.

Завдяки покращенню транспортної інфраструктури населення, яке проживає в сільській місцевості, має можливість закуповувати товари в універсальних магазинах районних і обласних центрів, що також не сприяє збереженню та розвитку мережі кооперативних підприємств. Товарна структура роздрібногo товарообігу України складається з продажу продовольчих і непродовольчих товарів. Разом з тим, товарна структура роздрібногo товарообігу Укоопспілки в основному складається з продовольчих товарів.

Показники структури роздрібногo товарообігу продажу продовольчих і непродовольчих товарів системи Укоопспілки у загальному товарообігу України підтверджують тезу про абсолютне переважання частки продовольчих товарів (рис. 3 та 4).

Загалом вітчизняний ринок роздрібногo торгівлі протягом 2009–2010 років стає більш концентрованим, в результаті чого поступово збільшується питома вага найбільших роздрібних мереж.

На сучасному етапі поступового виходу ук-

**Таблиця 2. Мережа роздрібногo торгівлі України та споживчої кооперації України за 2005 – 2010 роки [1; 3; 4; 5] (магазини, тис. одиниць)**

Роки	Мережа роздрібногo торгівлі споживчої кооперації України	Мережа роздрібногo торгівлі України
2005	16,3	55,8
2006	14,7	54,6
2007	13,2	52,3
2008	12,1	50,5
2009	11,3	47,6
2010	10,1	48

раїнського роздрібного ринку з кризового становища спостерігається перехід операторів на нові формати організації торгівлі, а також якісне зростання ринку (вдосконалення послуг, сервісів, орієнтованих на потреби споживачів). У 2011 році більшість потенційних інвесторів зайняли вичікувальну позицію, щодо входження на роздрібний ринок України, що пов'язано зі збереженням високих внутрішніх і зовнішніх ризиків. Незважаючи на поліпшення споживчих настроїв, попит залишається на рівні нижчому, ніж у докризовому періоді, що, у свою чергу, впливає на зниження привабливості українського ринку.

Торговельна площа магазинів на початок 2010 року становила 8,01 млн кв. метрів, у тому числі у міських поселеннях — 7,1 млн кв. метрів, у сільській місцевості — 0,91 млн кв. метрів. Порівняно з 2008 роком у 2009 році відбулося зменшення торговельної площі майже на 0,9%, або на 74,16 тис. кв. метрів, у тому числі у міських поселеннях — на 0,6%, або на 41,17 тис. кв. метрів, а у сільській місцевості — на 3,5%, або на 32,99 тис. кв. метрів. Торговельна площа у розрахунку на один міський магазин у 2009 році була у 2,7 рази більша, ніж на один сільський — 146 кв. метрів і 54,5 кв. метрів відповідно (у 2008 році — відповідно 202 кв. метрів і 63 кв. метрів). Це, не могло не вплинути на зменшення і торговельної площі магазинів споживчої кооперації України (рис. 5).

На сьогодні на українському ринку організованої роздрібною торгівлі домінують мережі українських операторів, але також присутні зарубіжні мережі.

Кризова ситуація на фінансовому ринку України значно вплинула на розвиток роздрібною торгівлі. У 2009—2010 роки комерційні банки були змушені скорочувати обсяги активних операцій з метою акумулювання коштів, що призвело до значного зростання відсоткових ставок за кредитами та скорочення строків кредитування. Подорожчання позикових коштів, а також складнощі з рефінансуванням раніше залучених ресурсів негативно вплинули на діяльність роздрібних мереж. При цьому основні зусилля гравців ринку роздрібною торгівлі були спрямовані на збереження ринкових позицій, пошук джерел рефінансування зобов'язань, а також оптимізацію формату власних торговельних мереж.

Проблеми з фінансуванням

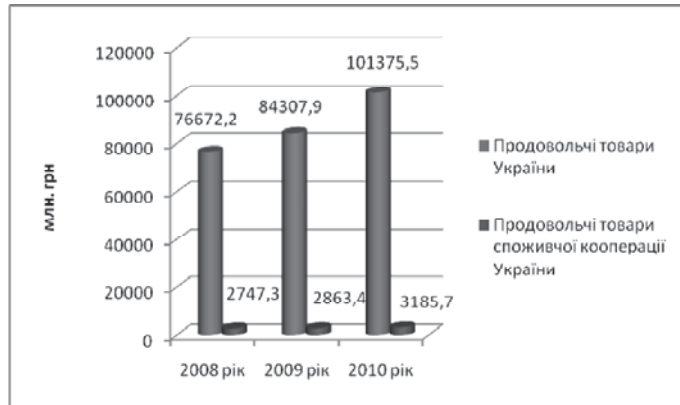


Рис. 3. Динаміка продажу продовольчих товарів України та споживчої кооперації за 2008—2010 роки [1; 3; 4; 5]

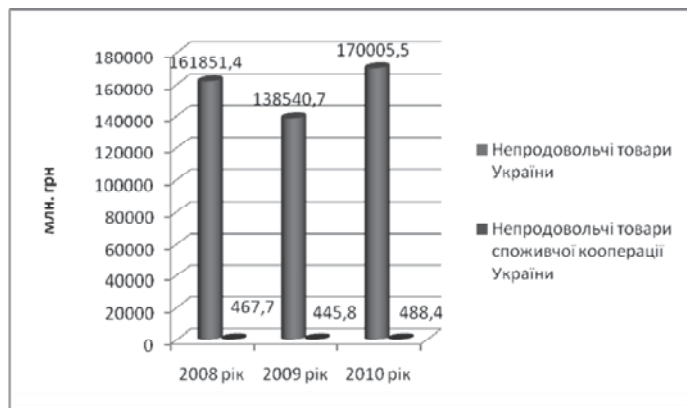


Рис. 4. Динаміка продажу непродовольчих товарів України та споживчої кооперації за 2008—2010 роки [1; 3; 4; 5]

змусили багатьох ритейлерів переглянути планові показники діяльності, наразі багато мереж відмовились від нових проєктів, закривають відділи розвитку і будівництва. Найчутливішими до фінансової кризи є національні мережі, а також оператори, які здійснюють діяльність у непродовольчому сегменті.

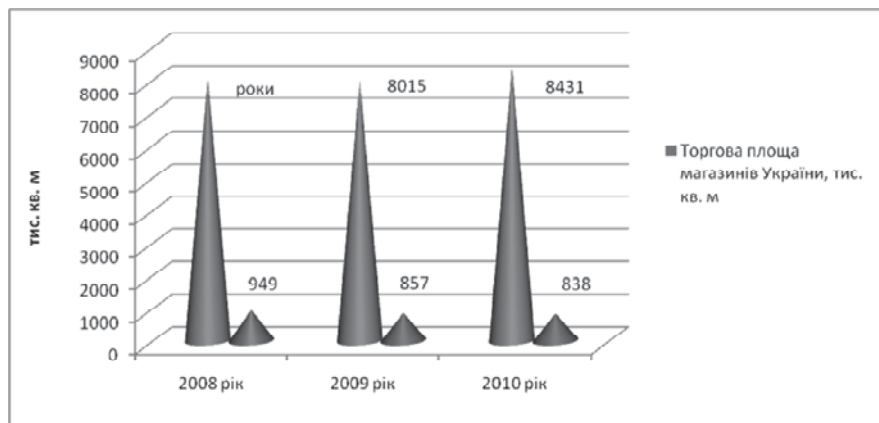


Рис. 5. Динаміка обсягів торговельної площі магазинів України та споживчої кооперації за 2008—2010 роки [1; 4; 5]

Необхідність погашення банківських кредитів у короткі терміни в умовах дефіциту оборотних ресурсів, існуючі орендні ставки, низькі темпи відновлення купівельної спроможності — все це призвело до затримок у поточних взаєморозрахунках з постачальниками. Ця ситуація змушує операторів, постачальників, а також орендодавців переглядати умови співробітництва, у тому числі за рахунок зменшення термінів розстрочки оплати поставленої товарної продукції, зниження орендних ставок, часткового переходу від фіксованих до плаваючих орендних ставок.

Ускладнення взаємовідносин між рітейлерами та постачальниками продукції у розрахунках за поставлені товари сприяло у 2009—2010 роках частковій переорієнтації виробників та постачальників на інші канали збуту своєї продукції (дискаунтери, "магазини біля дому", лінійна роздрібна торгівля, ринки, електронна комерція тощо). Крім того, ряд підприємств-виробників розпочали створення мереж власних (фірмових) магазинів або розширення існуючих. Одними з основних переваг фірмової мережі є: зменшення витрат, пов'язаних зі сплатою оренди, можливість зниження відпускних цін кінцевого споживання, додаткова реклама продукції тощо.

Протягом 2011 року в цілому у асортименті продукції мереж спостерігалась тенденція до збільшення продажу товарів низького й середнього цінових сегментів та продукції українського виробництва, а також до скорочення у товарних портфелях частки низькорентабельної продукції. Крім того, слід зазначити, що великі оператори ринку почали активізацію зі збільшення обсягів продажу продукції "private label". Більшість операторів у виробництві продукції під власною торговою маркою використовують послуги з аутсорсингу. При цьому деякі оператори мають власні цехи та потужності для виробництва продукції, але це не завжди економічно доцільно, тому що великі виробники за рахунок наявності виробничих потужностей та належних технічних умов мають можливість виробляти більш якісну та конкурентоспроможну продукцію. Ціни на товари власного виробництва у середньому на 15—20 % нижче аналогів, при цьому частка продукції "private label" у загальному асортименті національних мереж залишається значно нижче, ніж у європейських операторів.

#### ВИСНОВКИ

На основі викладеного матеріалу, можемо стверджувати про наступні особливості розвитку торгівлі в Україні.

По-перше, розвитку української роздрібної

торгівлі також притаманні такі тенденції, як прискорений розвиток сучасних форматів та форм торгівлі відповідно до вимог та форматних уподобань споживачів, підвищена увага до рівня цін, якості товарів та торговельного обслуговування, активне впровадження інноваційних технологій, регіональна експансія.

По-друге, українська роздрібна торгівля є нерозвинутою, має величезний потенціал для свого подальшого розвитку. Підтвердженням цього факту є дані про розвиток вуличної торгівлі. Якщо більшість країн Європи мають стійку тенденцію до зниження цього виду торгівлі, яка вважається несучасною, то в деяких — дорівнює нулю (Чехія, Словаччина). В Україні спостерігається зменшення частки об'єктів вуличної торгівлі в загальній сукупності торговельних об'єктів — з 54% до 44%. Фактично можна говорити, що для торговельних роздрібних операторів незасвоєним є практично половина ємності українського ринку.

У державах європейського співтовариства велике значення приділяється створенню сільськогосподарських кооперативів та роздрібній торгівлі сільськогосподарською продукцією, вирощеною цими кооперативами.

#### Література:

1. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організації Кримспоживспілки, облспоживспілок за 2010 рік. — К.: Центральна спілка споживчих товариств України / Укоопспілка, 2011. — 107 с.
2. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організації Кримспоживспілки, облспоживспілок за I півріччя 2011 року. — К.: Центральна спілка споживчих товариств України / Укоопспілка, 2011. — 71 с.
3. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організації системи Укоопспілки за 2004—2008 роки. — К.: Центральна спілка споживчих товариств України / Укоопспілка, 2009. — 118 с.
4. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організації системи Укоопспілки за 2008 рік. — К.: Центральна спілка споживчих товариств України / Укоопспілка, 2009. — 106 с.
5. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організації системи Укоопспілки за 2009 рік. — К.: Центральна спілка споживчих товариств України / Укоопспілка, 2010. — 104 с.
6. Статистичний щорічник України за 2010 рік / Державна служба статистики України; за ред. О.Г. Осауленка. — К.: ТОВ "Август Трейд" 2011, — 560 с.

Стаття надійшла до редакції 26.06.2012 р.

Передплатний індекс 21847