

# ВИРОБНИЦТВО ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВАМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНИМИ ТОВАРАМИ

**Н. М. Тягунова, кандидат економічних наук**

Питання забезпечення сільського населення якісною продукцією при відносно невеликій ціні завжди були актуальними, та в умовах економічної кризи стають першочерговими. Власне виробництво товарів завжди було притаманне споживчій кооперації, та з огляду на ряд причин в останні роки його обсяги та динаміка скоротилися.

Метою даної статті є розгляд сучасного стану виробництва товарів підприємствами споживчої кооперації, існуючих проблем, визначення потенційних напрямів розширення виробництва продовольчих товарів відповідно до сучасних вимог якості та безпечності.

Функціонування національного ринку продовольства супроводжується розвитком інфраструктури та складної системи міжгалузевих взаємовідносин, від рівня ефективності якої значною мірою залежить ступінь задоволення потреб населення харчовими продуктами і отримання всіма учасниками господарської діяльності власних економічних вигод [1]. Товарний ринок вимагає узгодженої взаємодії усіх ланок господарського ланцюжка [2, с. 11]. Отже, ринкова інфраструктура забезпечує взаємодію між виробниками та споживачами, попитом і пропозицією. Варто наголосити, що в інфраструктурі національного продовольчого ринку вагоме місце посідає система споживчої кооперації. Відповідно до Закону України «Про споживчу кооперацію», вона є добровільним об'єднанням громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального становища [3]. Споживча кооперація здійснює торговельну, заготівельну, виробничу та іншу діяльність, не заборонену

чинним законодавством України, сприяє соціальному та культурному розвитку сільських поселень, народних промислів і ремесел, бере участь у міжнародному кооперативному русі. Н. В. Карпенко відмічає, що споживча кооперація є органічним структурним елементом нової економічної системи, яка формується в Україні. Українська споживча кооперація є членом Міжнародного кооперативного альянсу, отже, як і переважній більшості кооперативних організацій держав Східної Європи, їй притаманний етап глибоких трансформаційних перетворень [4, с. 38].

Ринкова діяльність підприємств споживчої кооперації України має такі особливості:

- наявність розгалуженої сучасної конкурентоспроможної мережі об'єктів торгівлі і закладів харчування;
- наявність діючої кооперативної оптової ланки (міжобласної, обласної, районної) для формування ресурсів товарів і централізованого постачання у роздрібну торговельну мережу;
- наявність власного виробництва, можливість самостійно формувати асортимент продукції;
- можливість здійснювати диверсифікацію діяльності.

На пострадянському просторі, зокрема в Україні, зберігається тенденція розвитку всіх сфер діяльності, в тому числі виробництва, у споживчій кооперації.

Виробництво товарів народного споживання завжди було одним із основних і традиційним видом господарської діяльності системи споживчої кооперації. Виробнича діяльність зародилася разом зі споживчою кооперацією

на базі дрібного виробництва ремісників і кустарів. Потужний розвиток цієї сфери діяльності Укоопспілки розпочався в кінці 60-х рр. минулого століття з будівництва на промисловій основі хлібопекарських підприємств з кондитерськими цехами, консервних заводів, цехів з переробки м'яса, розливу безалкогольних напоїв. Початок ХХІ ст. ознаменувався новим етапом у розвитку кооперативної промисловості – технічним переоснащенням і модернізацією діючої матеріально-технічної бази підприємств.

Нині виробничу галузь Укоопспілки представляють 328 підприємств і цехів. Враховуючи специфіку обслуговуваного сільського населення підприємства споживчої кооперації займаються виробництвом як продовольчих, так і непродовольчих товарів. Найбільшу питому вагу в структурі виробництва мають продовольчі товари.

В основі асортименту продовольчих товарів: хліб формовий і подовий з пшеничного і житнього борошна різних гатунків, включаючи змішаної валки, вироби булочні дрібноштучні і вагою до 500 г, у тому числі здобні, пироги, калачі, короваї тощо; ковбаси, сосис-

ки, сардельки варені та напівкопчені, варено-копчені, копченості; риба солоня, оселедці солоні, риба копчена, пресерви; продукти перероблення овочів: консерви з томатів, соуси і кетчупи, консерви овочеві закусочні, салати, консерви овочеві натуральні, маринади овочеві, консерви обідні, соки, напої; продукти перероблення м'яса: консерви м'ясні, з м'яса птиці, м'ясо-рослинні, продукти перероблення фруктів: консерви фруктові натуральні, компоти плодово-ягідні, консерви фруктові концентровані, соки фруктові, плоди і ягоди протерті або подрібнені, маринади фруктові); м'ясо, мука, висівки, крупи, олія, оцет, згущене молоко, сир, казеїн, масло, насіння смажене соняшникове. Асортимент непродовольчих товарів становлять: столярні, швейні, тара, залізобетонні вироби, металокопцювання, вікна, пиломатеріали, тротуарна плитка, двері, склопакети, бетон, ПЕТ-пляшки, цегла, виготовлення технологічного обладнання – електроплити, жарочні шафи, тощо (табл. 1).

Серед підприємств з виробництва продовольчих товарів найбільшу частку мають підприємства з виробництва хліба і хлібобулочних виробів – 44,15 %, бойні – 23,7 %, цехи з

Таблиця 1

## Асортимент непродовольчих і продовольчих товарів

Структура виробництва	Група товарів	Асортимент товарів
Продовольчі товари	Хліб і хлібобулочні вироби	Хліб формовий і подовий з пшеничного і житнього борошна різних гатунків, включаючи змішаної валки, вироби булочні дрібно штучні і вагою до 500 г, у тому числі здобні, пироги, калачі, короваї тощо
	Кондитерські борошняні вироби	
	Макаронні вироби	
	Ковбасні та інших м'ясопродукти	ковбаси, сосиски, сардельки варені та напівкопчені, варено-копчені, копченості
	М'ясо та субпродукти	
	Харчова рибна продукція	риба солоня, оселедці солоні, риба копчена, пресерви
	Консерви	продукти перероблення овочів: консерви з томатів, соуси і кетчупи, консерви овочеві закусочні, салати, консерви овочеві натуральні, маринади овочеві, консерви обідні, соки, напої; продукти перероблення м'яса: консерви м'ясні, з м'яса птиці, м'ясо-рослинні, продукти перероблення фруктів: консерви фруктові натуральні, компоти плодово-ягідні, консерви фруктові концентровані, соки фруктові, плоди і ягоди протерті або подрібнені, маринади фруктові)
	Безалкогольні напої	
Розлив мінеральних вод		

Продовж. табл. 1

Структура виробництва	Група товарів	Асортимент товарів
Продовольчі товари	Інші продовольчі товари	М'ясо, мука, висівки, крупи, олія, оцет, згущене молоко, сир, казеїн, масло, насіння смажене соняшникове
Непродовольчі товари		Столярні, швейні, тара, залізобетонні вироби, металоконструкції, вікна, пиломатеріали, тротуарна плитка, двері, склопакети, бетон, ПЕТ-пляшки, цегла, виготовлення технологічного обладнання – електроплити, жарочні шафи, тощо

виробництва ковбас та інших м'ясопродуктів – 15,9 %.

Як зазначає Г. П. Скляр, що в умовах перехідної економіки в Україні значно скоротились обсяги виробництва у сфері споживчої кооперації, у тому числі в такій соціально важливій сфері як хлібопечення. Різке зниження обсягів виробничої діяльності (хлібопечення) у сфері споживчої кооперації зумовлені в значній мірі умовами деконцентрації виробництва та тінізації економіки, що призвело до недобросовісної конкуренції. На наш погляд, доцільним стосовно сфери споживчої кооперації є розвиток на засадах соціального партнерства відносин інтеграції і концентрації сфери хлібопечення з використанням для їх реалізації існуючої інфраструктури та виробничого потенціалу. Розвиток виробництва хліба і хлібобулочних виробів у сфері споживчої кооперації, на наш погляд, повинен враховувати такі економічні умови: споживча кооперація в умовах адміністративно-командної економіки орієнтувалася на обслуговування сільського населення і жителів районних центрів, через що споживчі товариства ще до цього часу залишаються органічним елементом господарства багатьох населених пунктів, територій сільських, селищних і міських рад, адміністративних районів, що може бути їхньою важливою конкурентною перевагою; у споживчій кооперації зберігся ще значний і територіально розгалужений виробничо-торговельний потенціал у вигляді хлібо заводів і пекарень, чисельної роздрібно торгівельної мережі; персонал цих господарських одиниць певною мірою, окрім суто професійного досвіду, має ще й цінний досвід роботи саме у таких місцевостях, що може також бути важливою складовою конкурентної переваги кооперативних організацій. Зважаючи на це, цільовим сег-

ментом ринку хліба та хлібобулочних виробів для сфери споживчої кооперації можуть і повинні залишатись, як і раніше, малі міста та сільська місцевість. За оцінкою, здійсненою експертним методом Г. П. Скляром (на основі узагальнення результатів опитування директорів і спеціалістів репрезентативного числа хлібо заводів споживчої кооперації одинадцяти областей України), з урахуванням типу конкуренції, що склалася на цих ринках, за умови відновлення і забезпечення конкурентоспроможного виробництва хліба і хлібобулочних виробів у сфері споживчої кооперації, реально можливим є досягнення ними протягом наступних трьох – п'яти років часток (цільові частки) на сільському ринку хліба – близько 50 % і на сегменті ринку малих міст – близько 25 %. Отже, економічні умови перехідної економіки в Україні сприяють розвитку сфери виробництва у споживчій кооперації, у тому числі сфери хлібопечення [5].

Основою сучасного виробництва продовольчих товарів підприємств споживчої кооперації є реконструкція та технічне переоснащення підприємств, використання сучасних технологій, застосування екологічно чистої сировини. Багато підприємств реконструйовано відповідно до вимог стандартів ISO 9001. Кооперативне підприємство «Производственное управление Крымпотребсоюза» має власну виробничу лабораторію, що пройшла акредитацію. Високу оцінку споживачів заслужила і продукція ковбасного цеху Підприємства споживчої кооперації Виробничо-комерційне підприємство «Мукачівський міськкоопторг», адже ковбасні вироби та копченості виробляються з натуральної м'ясної сировини і не містять харчових добавок. Підприємство «Мукачівський міськкоопторг» є постійним учасником Міжнародної агропромислової ви-

ставки-ярмарку «Агро», за участь у якій, починаючи з 2004 р. нагороджується дипломами Міністерства аграрної політики України, а 2005 р. отримав пам'ятний знак «Лідер харчової та переробної промисловості України – 2005».

Продукція підприємств споживчої кооперації реалізується і через власну торговельну мережу, і в інших торговельних підприємствах України та за кордоном. Багато товарів виробляється під власною торговою маркою: «Мясной двор» – продукція кооперативного підприємства «Рикон» Кримспоживспілки, «Жовтенві ласощі» та «Жовтневі ковбаси» Жовтневої райспоживспілки Миколаївської облспоживспілки, вироби підприємств Хмельницької ОСС під брендом «Декос» та ін.

Усю продукцію кооперативних підприємств виготовляють згідно з ГОСТ, ДСТУ і за національними рецептурами, розробленими у споживчій кооперації та за обов'язкової умови – вся продукція без консервантів та ГМО.

Питання виробництва якісної, екологічно безпечної продукції були і залишаються питаннями першочергової значущості для Укоопспілки. У лютому 2012 р. Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів, Центральна спілка споживчих товариств («Укоопспілка») та ВАТ «Яготинський маслозавод», ТОВ «Білоцерківський молочний комбінат» та інші підписали Меморандуми про співробітництво. Як зазначив Голова Держспоживінспекції України Сергій Орехов «Усвідомлюючи необхідність забезпечення безпеки товарів, які надходять на споживчий ринок України, враховуючи потребу створення ефективних умов для виробництва високоякісної продукції та керуючись взаємною зацікавленістю у питаннях захисту прав споживачів Держспоживінспекція України та «Укоопспілка» стали ініціаторами до підписання Меморандуму про співпрацю з вітчизняними товаровиробниками. Нарешті, зрушили з місця у питанні захисту прав споживачів, якості та безпеки

продукції розміщеної на споживчому ринку України. І лише за умови об'єднання інтересів держави, виробника, споживача, громадських організацій і засобів масової інформації в найкоротші терміни зможемо навести лад на споживчому ринку України». Меморандум направлений на реалізацію Програми Президента України Віктора Януковича «Україна для людей» і турботу про кожного громадянина. Основні положення Меморандуму спрямовані на недопущення обмеження конкуренції на українському ринку та прав споживачів, забезпечення рівних умов приєднання до програми «З турботою про Українське!», прозорість і відкритість прийняття рішень [6].

Продукція підприємств споживчої кооперації користується попитом у всіх регіонах України та за кордоном і задовольняє смаки будь-якого вибагливого покупця.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Березін О. В. Інтернет-технології як чинник розвитку торговельних підприємств споживчої кооперації України / Березін О. В., Шовкова О. А. – Режим доступу: <http://www.archive.nbu.gov.ua/portal/Soc.../Berezin.pdf>. – Назва з екрана.
2. Березін О. В. Продовольчий ринок України: теоретико-методологічні засади формування і розвитку : монографія / О. В. Березін. – К. : ЦУЛ, 2008. – 184 с.
3. Про споживчу кооперацію [Електронний ресурс] : Закон України. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
4. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств споживчої кооперації : монографія / Н. В. Карпенко. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. – 259 с.
5. Скляр Г. П. Економічні умови і протиріччя розвитку виробництва у сфері споживчої кооперації в перехідній економіці (на прикладі хлібопечення) / Скляр Г. П. // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. Серія «Економічні науки». – 2003. – № 1 (8). – С. 8–14.