

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Буднік О.М.

кандидат економічних наук, доцент;

Тарасович Л.В.

кандидат економічних наук, доцент,

Житомирський національний агроекологічний університет

КООПЕРАЦІЯ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Ефективний аграрний бізнес є одним із пріоритетів Єдиної комплексної стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015–2020 роки [2]. Сучасний вектор трансформації аграрного сектора національної економіки передбачає консолідацію зусиль суб'єктів господарювання у зрівноваженому розвитку сільських територій. Водночас натеper вони функціонують в непередбачуваних умовах нестабільності, передусім фінансової, що звужує спроможність вчасно реагувати та повною мірою вирішувати оперативні завдання господарського процесу. Крім того, розвиток та поширення швидкими темпами великомасштабного підприємництва та постійна експансія посередницького бізнесу не сприяють становленню невеликих організаційно-правових форм ведення бізнесу. Багатогранність розглянутої проблематики та динамічна трансформація форм господарювання на селі зумовлюють необхідність посиленої уваги до обґрунтування переваг, місця та ролі сільськогосподарської обслуговуючої кооперації в розвитку сільської економіки.

Як справедливо відмічає В. Андрійчук, сучасні агропромислові компанії, що мають значні площі орендованих земель, здатні генерувати великі суми грошових потоків та нарощувати експорт сільськогосподарської продукції й продовольства, досягати високого рівня економічної ефективності виробництва за одним з найважливіших її показників – рентабельності продажу. Вони стали вагомим невід'ємним складником організаційної будови аграрного сектора

економіки і надалі відіграватимуть значну роль у подальшій капіталізації сільського господарства, нарощуванні масштабів виробництва сільськогосподарської продукції і продовольства, забезпечення продовольчої безпеки країни [1, с. 15]. Підтримуючи наукову позицію відомого економіста-аграрника, зазначимо, що стратегічним вектором розвитку сільської економіки, зокрема її аграрної складової, має бути стимулювання кооперативного руху на селі. Така форма організації агробізнесу сприятиме формуванню невеликих за розміром господарств, передусім фермерських, уможливлуватиме їх присутність на організованих ринках постачання і збуту, забезпечить створення повноцінних логістичних ланцюгів, полегшуватиме доступ до фінансових ресурсів та програм державної фінансової підтримки.

Як свідчить світовий досвід, питання розвитку та поширення сільськогосподарської обслуговуючої кооперації набуває дедалі більшої актуальності. Відтак, у багатьох розвинених країнах місце молочних фермерських кооперативів на місцевому ринку м'яса і молока визначається лівовою часткою. Натепер еталоном розвитку кооперативного руху з позиції поширення фермерського типу ведення господарства, як показують результати дослідження, є такі країни, як Швеція, Данія, Норвегія, Фінляндія, Ісландія, Нідерланди та Японія. Фокусуючи увагу на домінантності тих чи інших видів сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів за напрямками економічної діяльності, найбільш потужною вбачаємо групу багатофункціональних кооперативів, що займаються заготівлею, переробкою і збутом (оптовим і роздрібним) сільськогосподарської продукції (переважно молочна та м'ясна спеціалізація), тобто мають повноцінний логістичний цикл.

Відповідно до змін в законі України «Про безпеку і якість харчових продуктів» аграрії зобов'язуються не здійснювати забій худоби власними силами, а робити це на спеціальних бійнях, а молоко збирати і піддавати переробці лише промисловим способом [1, с. 15]. Це цілком очевидно, адже підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом стало, з одного боку, підтвердженням прагнення нашої держави стати повноправним членом загальноєвропейського цивілізованого суспільства, з іншого – згодою на модернізацію всіх галузей економіки відповідно до європейських стандартів. Підтримуючи в цілому кроки у напрямі європейської інтеграції, вважаємо що в даному аспекті мають

місце певні прогалини, адже в таких умовах суттєво обмежується діяльність невеликих сільськогосподарських товаровиробників, а також особистих господарств населення. Це пояснюється, передусім, їх об'єктивною неспроможністю забезпечити власну конкурентоспроможність та можливість експортувати продукцію в країни ЄС з огляду на обмеженість фінансових ресурсів для організації відповідних господарських процесів (наприклад, забій худоби в спеціально відведених місцях), а також відповідної стандартизації та сертифікації виробленої ними продукції.

Результати дослідження вказують на певні позитивні, на наше переконання, особливості організації кооперативного бізнесу в зарубіжних країнах. Зокрема, піклуючись про власну репутацію щодо поставки високоякісної продукції на ринок, з метою забезпечення стабільності цього процесу, зарубіжні кооперативи встановлюють власні «правила гри», що декларують права й обов'язки фермерських господарств – членів кооперативу щодо поставок якісної продукції для переробки за контрактами. Для цього здійснюється відповідна маркетингова політика з акцентуванням на логістичній та екологічній складових. Наприклад, для членів молочних кооперативів у скандинавських країнах встановлено власні режими і правила годування, утримання, доїння корів, а також транспортування молока. За недотримання цих вимог до власників господарств застосовуються жорсткі заходи адміністративного впливу [3].

Крім того, варто відмітити, що в сучасному агробізнесі як в Україні, так й світі практично відсутні виключно збутові кооперативи. Це пояснюється тим, що майже в усіх кооперативних об'єднаннях продукція, отримана безпосередньо від товаровиробників, піддається переробці, фасуванню, пакуванню тощо, тобто здійснюються додаткові операції щодо формування кінцевого продукту для цільового ринку з формування доданої вартості. Практично стовідсотково здійснюється переробка товарного молока фермерськими кооперативами в Нідерландах, Японії, Ісландії та багатьох інших розвинених країнах світу. Наприклад, у Данії фермерські кооперативи переробляють 90% товарного молока, а також виробляють аналогічну кількість вершкового масла і сиру на експорт. В Нідерландах понад 50% обсягу реалізації молочної продукції належить переробно-збутовим кооперативам, які, у тому числі, надають послуги з переробки м'яса, овочів і фруктів. Для

прикладу, найбільший європейський молочний кооператив Friesland Campina (понад 14 тис. фермерів Голландії, Бельгії та Німеччини є членами) має обіг 10,3 млрд євро. Потужна матеріально-технічна база для збирання, зберігання і переробки молока надає можливість забезпечити повноцінний цикл виробництва і збуту сільськогосподарської продукції, що позиціонує такий кооператив на цільовому ринку як конкурентоспроможний [3].

Таким чином, розвиток сільськогосподарської обслуговуючої кооперації в аграрному секторі вітчизняної економіки слід розглядати як дієвий маркетинговий інструмент захисту економічних інтересів господарюючих суб'єктів, у т. ч. фермерських господарств та господарств населення. В умовах мінливого ринкового середовища та зростаючої конкуренції саме кооперативна форма ведення бізнесу забезпечить розвиток сільської економіки, а відтак сприятиме підвищенню добробуту і якості життя сільського населення.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Агропромислові формування нового типу в контексті стратегії розвитку вітчизняного сільського господарства / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК, 2013. – С. 3–15.
2. Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015–2020 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/themes/garland/pdf/7.2.%20Basic%20material%20UKR.pdf>
3. Молочні кооперативи: реалії та перспективи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=24912>
4. Про безпечність якості харчових продуктів: закон України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2809-15>