

# МАРКЕТИНГОВА ОРІЄТАЦІЯ ОБСЛУГОВУЮЧИХ КООПЕРАТИВІВ ТА ОКРЕМІ ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЇХ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Л. А. Євчук, д. е. н., доцент  
Миколаївський державний аграрний університет

*Сільськогосподарська кооперація як вид об'єднання виробників є необхідною українському селу й економіці країни в цілому. Вона забезпечує перехід виробників від виробничої орієнтації їх діяльності до маркетингової. Розкрито основні аспекти функціонування кооперативів та фактори, що гальмують процеси кооперації в Україні.*

**Постановка проблеми.** Маркетингова орієнтація сільськогосподарських підприємств виступає передумовою успішного функціонування не лише крупних товаровиробників, але й суб'єктів малого бізнесу галузі. Незважаючи на відсутність конкуренції між сільськогосподарськими виробниками на ринку збуту продукції, використання основної ідеї маркетингової концепції – орієнтації на споживача, його запиту і потреби, – забезпечує більш стійкі позиції на ринку й вищий рівень конкурентоспроможності суб'єктам діяльності. Більшість крупних сільськогосподарських підприємств у своїй діяльності використовують аспекти маркетингу. Малий бізнес,

незважаючи на свою природну гнучкість, менше приділяє уваги маркетингу. Малі форми господарювання у сільському господарстві створюються переважно технологами галузі або фахівцями інших сфер діяльності (військовослужбовцями, вчителями, медпрацівниками тощо), які не володіють достатньою базою економічних знань і не мають фінансової можливості запросити штатного спеціаліста з маркетингово-збутової діяльності. Вирішенню цієї проблеми може сприяти створення обслуговуючих кооперативів, що будуть надавати такого виду послуги своїм учасникам.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Специфіка формування маркетингу в сільському господарстві розкрита в роботах О. М. Варченко, Т. Г. Дударя, С. М. Кваші, В. М. Колесник, М. П. Сахацького, І. О. Соловійова та ін. Ідеї кооперації є предметом дослідження таких українських вчених-аграрників, як В. В. Зіновчук, Л. В. Молдаван, М. Й. Малік, В. Г. Андрійчук та ін. Попри наявність детального наукового обґрунтування засад кооперації, реалізація даної ідеї на практиці проходить досить повільно, що обумовлює необхідність проведення окремого дослідження.

**Мета і методика дослідження.** Метою досліджень є обґрунтування окремих аспектів кооперативного руху в Україні та світовій практиці. Теоретичною та методологічною основою дослідження є основні положення й розробки вітчизняних вчених та зарубіжний досвід з проблем кооперації, теорії та практики маркетингу, особисті оцінки автора. Використано монографічний, абстрактно-логічний, соціологічний методи досліджень.

**Виклад основного матеріалу.** Вітчизняний та світовий досвід довели доцільність і ефективність великотоварного виробництва у сільському господарстві. Проте, ситуація склалася такою, що нині дрібний виробник постачає в Україні 98 % картоплі, 86 % овочів, 84 % молока, 75 % фруктів та 50 % м'яса [4, с. 40]. Підтримка на рівні держави цих виробників вирішує не лише продовольчі потреби країни, а й значну частку соціальних проблем сільських територій.

Нині в Україні зареєстровано 585 кооперативів, з них є діючими понад 200. Якщо розглядати досвід зарубіжних країн, то у Швеції кооперація в економіці країни становить 90 %, Франції, Бельгії, Нідерландів, Австрії – 60-70 %. В Україні – лише 1 %. На думку І. Томича, голови Союзу сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, країни, домінуюча частка економіки яких має кооперативний напрям, є найбільш стабільними в соціальній, політичній, економічній сферах [5, с. 39]. Хоча необхідність та вигідність збільшення розмірів не раз була доведена практикою, під час спілкування з аграріями ми не раз

зустрічались з тим, що менталітет і психологія окремих товаровиробників та їх прагнення до самостійного господарювання не дозволяють їм прийняти раціональне рішення про об'єднання діяльності, незважаючи на великі організаційні складнощі та низьку ефективність роботи.

Закон України «Про кооперацію» визначає, що кооперація – система кооперативних організацій, створених з метою задоволення економічних, соціальних та інших потреб своїх членів. Кооператив – юридична особа, утворена фізичними та/або юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування [3]. Щоб утвердитися повноцінною економічною структурою на ринку і примусити поважати себе та своїх конкурентів, кооператив повинен працювати ефективно й надавати своїм членам не меншу вигоду, ніж ту, яку вони одержували від співпраці з іншими приватними підприємцями [7, с. 48].

В Україні існує три види кооперації: обслуговуюча, споживча й кредитна. Усі вони між собою різняться, проте існувати одна без одної не можуть. Деяко по-іншому сприймається і виглядає кооперація за кордоном. В Італії, наприклад, і в ряді інших країн, кооперація не ділиться на види, як в Україні. Там просто існують кооперативи, які допомагають фермерам у веденні їх бізнесу [5, с. 39].

Обслуговуюча кооперація в Україні найбільш поширена у сфері заготівлі молока. Молочарські заготівельно-збутові кооперативи створюються селянами – власниками особистих селянських господарств. Членами кооперативу є, як правило, фізичні особи, які отримують у своїх господарствах корів і займаються виробництвом молока. Частина виробленого молока селяни використовують для власних потреб, а решту – продають переробним підприємствам або іншим споживачам. Селяни, які не утримують молочних корів і не виробляють молока, не можуть бути членами такого кооперативу. Об'єднання в молочарські кооперативи цієї категорії сільськогосподарських товаровиробників дає можливість на засадах співпраці, взаємодопомоги, організації ефективного збуту виробленої молочної продукції, ефективного постачання необхідних засобів виробництва збільшувати виробництво молока у своїх господарствах, за рахунок чого розширювати останні та сприяти трансформуванню їх у потужніші й ефективніші господарства – фермерські [6, с. 143].

Робота саме на засадах кооперації забезпечує трансформацію принципів функціонування підприємств від виробничої їх орієнтації до маркетингової. Великою проблемою молокопродуктового підкомплексу є низька якість молкосировини, зумовлена

недотриманням вимог технології утримання худоби. Створений молочарський заготівельно-збутовий кооператив захищає, з однієї сторони, інтереси споживача (молокопереробного підприємства), забезпечуючи йому надходження молока високої якості. З іншої – кооператив захищає інтереси його членів вищою ціною оплати їх продукції. Незважаючи на такі переваги, створення обслуговуючих кооперативів в Україні проходить дуже повільними темпами. Станом на 01.01.2012 р. у державі створено всього 20 таких кооперативів, учасниками яких стали близько 1300 селян. 13 кооперативів активно працюють, виробляють і здають молоко. Ще 7 оформляють документи або здають молоко іншими шляхами [4, с. 40].

В таких кооперативах встановлюються жорсткі вимоги до утримання поголів'я членами кооперативу, методи стерилізації посуду, що регулярно й суворо контролюється спеціалістами з якості молока. Серед людей проводиться роз'яснювальна робота, консультації, надається допомога [4, с. 41]. Створення таких кооперативів проходить дуже довго і складно, оскільки згуртувати сільських жителів важко. Дослідження цієї проблеми показали, що мають місце і зворотні процеси, тобто закриття кооперативів.

Проблемою сировинної бази молокопереробних підприємств є щорічне її скорочення. Так, у 2011 р. обсяги виробництва рідкого обробленого молока у АР Крим скоротилися у порівнянні з 2010 р. на 31,6 % [2, с. 5]. У цілому в Україні ця цифра є значно меншою, проте питання залишається актуальним. Друга проблема полягає у розташуванні переважної частки сировини у приватному секторі, що негативно позначається на її якості. Молокозаводи дуже зацікавлені у співпраці в області поставок з великотоварними фермами сільськогосподарських підприємств, проте розвиток молочного скотарства у суспільному секторі проходить дуже повільно. У складеній ситуації виходом для переробників є співпраця з приватними подвір'ями.

Незважаючи на те, що функціонування молочарських кооперативів дозволяє молокозаводам вирішувати ряд сировинних проблем, не всі з них готові налагоджувати партнерські відносини. У Миколаївській області були випадки припинення діяльності молочарських кооперативів та невдалі спроби створити такі через «жадібність» молокопереробних підприємств. Останні продовжували приймати молоко за низькими цінами, не вигідними для селян. Багаторазові переговори керівників цих кооперативів та голів сільських рад з адміністрацією молокозаводів не принесли очікуваних селянами результатів. Практика показує, що далеко не всі молокопереробні підприємства турбуються про якість сировини. Відсутність належного контролю якості готової продукції з боку держави

та несвідомість переважної більшості кінцевих споживачів дозволяє виробляти продукцію тієї якості, яка виходить, а не тієї, яка потрібна. Відсутність державного контролю якості дозволяє переробним підприємствам використовувати у виробництві заміники сирого молока: сухе молоко, рослинні жири тощо. Це доводить, що відсутність державного контролю якості готової продукції виступає додатковою вагомою причиною гальмування процесів кооперації в Україні.

Стає очевидним, що державна політика сприяння розвитку аграрного сектора має бути спрямована на розвиток суспільного виробництва. Але питання сільської кооперації актуальності не втрачають. За даними інституту економіки та прогнозування НАН України, місце кооперативів у економіці сільського господарства Європи є значним, оскільки останніми здійснюється 70–90 % кредитування, 50–80 % спільного збуту продукції, 50 % спільних переробки-виробництва харчової продукції, до 50 % спільної закупівлі засобів тощо [1].

Кооперація дозволяє вирішувати не лише питання підвищення ефективності функціонування, економічного розвитку, а й забезпечує вирішення ряду важливих соціальних проблем сільських територій, а саме: зайнятість населення, забезпечення й підвищення рівня їх доходів, облаштування населених пунктів, формування в селян надії і впевненості у майбутньому.

**Висновки.** Сільськогосподарська кооперація як вид об'єднання виробників є необхідною українському селу й економіці країни в цілому. Гальмування кооперативного руху зумовлене невпевненістю та побоюваннями селян, відсутністю державного контролю за окремими процесами, що відбуваються в країні, недоліками законодавства про кооперацію. Спільна діяльність держави, місцевих органів влади, переробних структур, громадськості в напрямі сприяння розвитку кооперації дозволить прискорити ці процеси.

### Список використаних джерел

1. Молдаван Л. В. Зарубіжний досвід підтримки розвитку кооперативів / Л. В. Молдаван. – К.: ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», 2011.
2. Події і факти // Агробізнес сьогодні. – 2012. – № 1–2. – С. 5.
3. Про кооперацію: Закон України за № 1087-IV від 10 лип. 2003 р. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua/>
4. Самаріна І. Рух об'єднання виробників / І. Самаріна // Агробізнес сьогодні. – 2012. – № 1–2. – С. 40–41.
5. Степанюк О. Кооперація з потугами / Олена Степанюк // Агробізнес сьогодні. – 2012. – № 1–2. – С. 39.

6. Теслюк С. Р. Організація молочарських кооперативів як чинник ефективного господарювання / С. Р. Теслюк // Економіка АПК. – 2009. – № 7. – С. 143–146.

7. Цимбал В. О. Кооперативні принципи Андрія Палія / В. О. Цимбал // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 46–51.