

ОРГАНІЧНИЙ БІЗНЕС – ПЕРСПЕКТИВНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ

О. П. Власенко, к. е. н., доцент

О. М. Буднік, к. е. н., доцент

Житомирський національний агроекологічний університет

Обумовлено роль і значення сільськогосподарської кооперації для розвитку аграрного сектору економіки з урахуванням світового досвіду. Обґрунтовано актуальність органічного бізнесу як перспективного напрямку розвитку вітчизняної сільськогосподарської кооперації. Визначено бар'єри входження на ринок органічної продукції для вітчизняних товаровиробників.

Постановка проблеми. Бурхливий розвиток аграрного сектору вітчизняної економіки відбувається у двох напрямках: формування потужних агрохолдингів та функціонування фермерських та особистих господарств. Теоретично – всі форми бізнесу є необхідними для збалансованого економічного зростання, але за умови досконалого інституціонального середовища здійснення трансакцій. Тобто, сучасної законодавчої бази й дієвих заходів примусу контрагентів щодо дотримання норм і правил, високої ділової культури економічного обміну, розвиненого інформаційного й науково-технічного простору тощо.

Однак, вітчизняні реалії засвідчують диспаритетні умови ведення бізнесу. Агрохолдингові структури, зазвичай не вирішують питання розвитку депресивних сільських територій, а саме високий рівень безробіття селян, занедбаність соціальної інфраструктури, надмірне екологічне навантаження. Вирішення вищезазначених проблем знаходиться в компетенції сільськогосподарської обслуговуючої кооперації, механізм якої спрямований на створення заможного селянина-господаря й економічно розвиненої сільської громади.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Актуальність розвитку сільськогосподарської кооперації активно обговорюється багатьма науковцями й політиками. Методологічні питання становлення вітчизняної сільськогосподарської кооперації знайшли відображення в працях вітчизняних науковців, зокрема Ф. Горбоноса, В. Зіновчука, Л. Молдован, М. Маліка, Г. Черевка та ін.

Мета методика дослідження. Метою дослідження є обґрунтування рекомендацій щодо впровадження засад органічного

бізнесу в практику господарювання сільськогосподарських кооперативів. Методологічною основою дослідження є загальні та спеціальні методи наукового пізнання процесів та явищ. Застосування системного підходу сприяло всебічному вивченню природи кооперації. Використання структурно-функціонального методу, що передбачає розгляд будь-якого явища з аналізом функцій окремих елементів, дозволило обґрунтувати переваги органічного бізнесу та визначити бар'єри входження на ринок для вітчизняних аграріїв.

Виклад основного матеріалу. Забезпечення результативності задекларованих реформ аграрного сектора України можливо за умови залучення селянина до процесу розподілу доданої вартості на паритетних засадах та відродження економіки сільських територій. Єдиним механізмом реалізації даної концепції є сільськогосподарська кооперація. Світовий досвід переконливо доводить ефективність й масштабність кооперативної ідеї:

- послугами кооперативних організацій користується половина населення планети;

- членами Міжнародного кооперативного альянсу є 292 кооперативні організації з 95 країн світу;

- на кооперативних підприємствах працює понад 250 мільйонів осіб;

- в Японії до кооперативів входять більше 90% всіх фермерів;

- 40% населення Канади є членами мінімум одного кооперативу;

- у Новій Зеландії кооперативи відповідають за 95% ринку молочної продукції;

- кооперативи Румунії опікуються курортними установами;

- одна з найбільших у світі фінансово-кредитних установ *Credit Agricole* належить сільськогосподарським кооперативам Франції [2].

Об'єднання сільськогосподарських товаровиробників з метою спільного ведення бізнесу дозволяє сформувати конкурентоспроможного учасника ринку, підвищити рівень зайнятості сільського населення, розвивати соціальну інфраструктуру, впроваджувати інноваційні розробки й розширювати обсяги та види господарської діяльності. Приклади найбільших кооперативів світу переконливо доводять перспективність сільськогосподарської кооперації. Кооператив не обмежується однією громадою, а долає географічні бар'єри й формує вертикальні маркетингові системи, які включають широкий спектр видів діяльності.

Найбільший кооперативне об'єднання *ZEN-NOH Co. Ltd.* або національна федерація сільськогосподарських кооперативів Японії має

34 регіональних відділень у Японії, а також окремі офіси у Великобританії, США, Канаді, Німеччині, Таїланді, Сінгапурі. Широкий спектр діяльності включає сільськогосподарське виробництво, забезпечення мінеральними добривами, агрохімікатами, сільськогосподарською технікою та устаткуванням для переробки продукції, надання консалтингових й фінансових послуг. Спільно вирішуються питання переробки, пакування, транспортування продукції, маркетингова підтримка бізнесу. Крім того, кооператив постійно опановує нові види діяльності, проводить наукові дослідження та розширює екологічні програми й методи виробництва. Відтак, відкриття ресторанів японської кухні в Північній Америці, Азії та Європі має на меті пропагувати японську культури й засвідчувати виключну якість японської продукції [3].

Відтак, переваги кооперації для вітчизняних аграріїв є неоднозначними. Світова практика господарювання визнає кооперацію дієвим механізмом зменшення трансакційних витрат й посилення конкурентної позиції сільськогосподарських товаровиробників [1]. В свою чергу формування стратегії розвитку сільськогосподарських кооперативів повинно враховувати кон'юнктурну складову й визначати найбільш рентабельні напрями діяльності.

Варто зауважити, що світовий ринок характеризується стабільним зростанням попиту на органічну продукцію. Активно пропагується екологічні цінності й здоровий спосіб життя. Гостро стоїть проблема економії обмежених природних ресурсів.

За оцінками швейцарських експертів, ринок органічної продукції в світі становить близько 90 млрд доларів. Виробництвом такої продукції охоплено понад 2 млн господарств. У порівнянні з 1999 роком, площі земель, відведених під органічне сільське господарство, збільшилися більш ніж в тричі [4].

В Україні є всі передумови розвитку органічного бізнесу. Територіальна наближеність до країн Європейського союзу, який є лідером споживання органічної продукції, дозволяє формувати експортоорієнтовані стратегії. Попит на продукцію, що має органічну сертифікацію, непинно зростає як на світовому, так і на вітчизняному ринку. Відповідно ціни на органічну продукцію вище на 150-1100%.

Отже, органічний бізнес – це перспективний напрямок розвитку аграрного сектору й сільськогосподарських кооперативів зокрема. Найбільш рентабельними видами сільськогосподарського органічного виробництва є вирощування овочів, зелені, ягід та фруктів. Термін окупності таких проектів коливається в межах 3 років й, за прогнозами експертів, насичення ринку можливо через 5-7 років.

Проте, варто зазначити перелік інституціональних бар'єрів, які можуть гальмувати входження на ринок органічної продукції:

1. Термін очікування. Органічна сертифікація охоплює весь спектр виробництва й термін очікування підтверджуючих документів може тривати декілька років.

2. Кадрове забезпечення бізнесу. В агробізнесі відчувається дефіцит кваліфікованих спеціалістів в області органічної агрономії, менеджменту, маркетингу, зовнішньоекономічної діяльності.

3. Недосконале інституціональне середовище. Порівняно високий рівень трансакційних витрат аграріїв при виході на ринок органічної продукції.

4. Низький попит. Низька купівельна спроможність й екологічна свідомість вітчизняного споживача.

Висновки. Таким чином, збалансований розвиток аграрного сектору вітчизняної економіки, що враховує виробничу, соціальну й екологічну компоненти, безпосередньо залежить від становлення сільськогосподарської кооперації. Перманентне підвищення попиту на органічну продукцію на вітчизняному й світовому ринках та висока рентабельність діяльності дозволяє рекомендувати аграріям диверсифікувати виробництво та залучатись до органічного бізнесу. Крім того, кооперативне об'єднання товаровиробників дозволяє вирішити ключові питання контрактації, сформувати партії товарів й акумулювати ресурси для професійного ринкового супроводу (сертифікація, маркетингові, консалтингові й логістичні послуги).

Список використаних джерел

1. Зіновчук В.В. Чи підходить Україні європейська модель сільськогосподарської кооперації? / В. В. Зіновчук // Кооперативні читання: 2014: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 27–29 берез. 2014 р. – Житомир : ЖНАЕУ, 2014. – С. 9–18.
2. Кооперативи-гіганти: як об'єднання фермерів стали національними лідерами. URL: <http://www.agravery.com/uk/posts/show/kooperativi-giganti-ak-obednanna-fermeriv-stali-nacionalnimi-liderami> (дата звернення: 20.05.2018).
3. Офіційний сайт “ZEN-NON Group” (Національна федерація сільськогосподарських кооперативів. URL: http://www.zennoh.or.jp/english/about_zen-noh/restaurants/index.html (дата звернення: 22.05.2018).
4. Органічний бізнес: перспективно і прибутково. URL: <http://propozitsiya.com/organicheskiy-biznes-perspektivno-i-pribylno> (дата звернення: 19.05.2018).