

*Н.В. ЗІНОВЧУК, доктор економічних наук, професор,  
провідний науковий співробітник  
Інститут агроекології і природокористування НААН  
А.В. ЛЕСЬ, кандидат економічних наук, асистент кафедри  
А.В. РАЩЕНКО, кандидат економічних наук, асистент кафедри  
Житомирський національний агроекологічний університет*

## Мотиваційні чинники організації органічних сільськогосподарських кооперативів в Україні

**Постановка проблеми.** Малі форми господарювання на селі забезпечують близько 60% валового виробництва вітчизняної сільськогосподарської продукції. Однак функціонування їх відбувається в складних політичних і соціо-економічних умовах. Диктат великих агрохолдингів та агротрейдерів щодо цін на сільськогосподарську продукцію й матеріально-технічні ресурси на вітчизняному аграрному ринку, відсутність реальних соціальних гарантій та економічної підтримки держави, хронічна нестача власних фінансових ресурсів зумовлюють низьку ефективність сільськогосподарського виробництва в особистих селянських господарствах. Додатковим ускладненням, що досить часто не усвідомлюється навіть самими селянами, є постійне зниження врожайності сільськогосподарських культур унаслідок виснаження й хімічного забруднення ґрунтів.

Світовий досвід переконує, що у період негативних економічних і соціальних тенденцій у суспільному розвитку об'єднання спільних зусиль людей завжди давало певний поштовх у заданому напрямі. Історія еволюції вітчизняної кооперації, особливо сільськогосподарської, дає змогу стверджувати, що механізм кооперації є дієвим елементом у процесі відтворення потенціалу особистих селянських господарств. Зважаючи на сучасні ринкові тренди, а саме підвищений попит на органічну сільськогосподарську продукцію, логічно припустити, що створення обслуговуючих кооперативів, які спеціалізувалися б на заготівлі та збуті ор-

ганічної продукції, може стати активним чинником сільського розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження В. В. Зіновчука, Л. В. Молдаван щодо особливостей діяльності сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів підтверджують можливість появи позитивних синергетичних ефектів від групової дії товаровиробників. Форми, принципи та переваги взаємодії на засадах сільськогосподарської кооперації розкрито у працях [1, 2, 5, 6, 10]. Однак донині залишаються нез'ясованими чинники, що можуть мотивувати селян об'єднуватися в обслуговуючі кооперативи.

**Мета статті** – дослідити готовність населення Хмельницької області приєднатися до обслуговуючих кооперативів. Тому в процесі аналізу були поставлені такі завдання: визначити основні мотиви власників особистих селянських господарств щодо вступу до кооперативного об'єднання; встановити перелік послуг, які бажають одержувати потенційні члени кооперативів; проаналізувати можливості підтримки органічного сільського господарства створенням обслуговуючих кооперативів.

У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи. Зокрема, абстрактно-логічний і метод системного аналізу – для визначення основних характеристик обслуговуючого сільськогосподарського кооперативу; за допомогою соціологічного методу встановлено чисельність власників особистих селянських господарств, які бажають вступити до обслуговуючих кооперативів, перелік послуг, що їм необхідні, та перспективи переходу до органічного сіль-

ського господарства. Табличний метод використано для відображення інформації.

**Виклад основних результатів дослідження.** Одними з основних мотивів, що зумовлює формування кооперативного об'єднання сільськогосподарських товаровиробників, є зміцнення позиції його членів на ринку, створення та закріплення конкурентних переваг їхньої продукції за рахунок одержання позитивного ефекту від спільного розв'язання завдань при організації маркетингової діяльності виробників традиційної й органічної сільськогосподарської продукції на кооперативних засадах.

Для дослідження означених мотивів було проведено анкетування. Респондентами стали жителі Хмельницької області віком від 16 (які потенційно можуть бути власниками особистих селянських господарств) до 70 років (що практично припиняють будь-яку господарську діяльність). Генеральна сукупність вибірки становила 484,2 тис. осіб. Необхідний обсяг вибірки для проведення анкетування було розраховано за формулою [4, с. 57]:

$$n_B = \frac{t^2 \delta^2 N}{\epsilon_x^2 N + t^2 \delta^2},$$

де  $n_B$  – необхідний обсяг вибірки;

$t$  – нормоване відхилення (для довірчої ймовірності 0,95 становить 1,96) [3, с. 55];

$N$  – генеральна сукупність (484,2 тис. осіб);

$\delta^2$  – дисперсія альтернативної ознаки (прийнято 0,25, оскільки частка альтернативної ознаки невідома);

$\epsilon_x$  – гранична помилка вибірки (прийнято 0,05).

У процесі анкетування опитано 384 мешканці області різного віку, статі та рівня освіти, що, відповідно до розрахунків, є репрезентативною вибіркою. Серед 384 респондентів було 48 % чоловіків і 52 % жінок – власників особистих селянських господарств у Хмельницькій області.

Аналіз вікової структури респондентів виявив досить низьку чисельність молодих власників особистих селянських господарств. До сегмента «16-24 роки» потрапило

лише 2% респондентів. Натомість 71% опитаних власників – люди старші 40 років. Тому можна зробити висновок, що саме даний віковий сегмент має більше бажання та можливості (враховуючи життєвий досвід) утримувати й розвивати особисті селянські господарства.

У дослідженні було враховано такий чинник, як освіта, за яким респонденти розділилися на три групи, а саме: здобули середню освіту – 40,2 %, середню спеціальну – 31,1 та вищу освіту – 28,8 % опитаних. Отже, можна стверджувати, що за основними демографічними показниками одержана вибірка сукупність відтворює основні характеристики генеральної сукупності.

Одним із завдань дослідження було виявлення розуміння респондентами сутності дефініції «кооперація» як об'єднання виробників сільськогосподарської продукції для організації обслуговування своїх членів. Аналіз відповідей на дане запитання показав, що 66 % респондентів знайомі з даним твердженням, а отже, розуміють переваги кооперативних об'єднань. Третина опитаних власників особистих селянських господарств не обізнані щодо сутності та значення кооперативного об'єднання. Тому важливим є роз'яснення необхідності й переваг створення обслуговуючого кооперативу. Результати дослідження готовності респондентів вступити у кооперативне об'єднання задля одержання певних послуг наведено у таблиці 1. Дані її характеризують розподіл респондентів щодо відповіді на перше запитання та можливої участі в сільськогосподарському обслуговуючому кооперативі.

Більшість опитаних (76% респондентів) виявили бажання приєднатися до обслуговуючого кооперативу. Парадоксальним, на нашу думку, є той факт, що 89 респондентів (див. табл. 1) із тих, хто не розуміє сутності кооперативного об'єднання, згодні до нього вступити. Імовірно, що таке явище є наслідком роботи інтерв'юерів, які у процесі спілкування доступно роз'яснили необхідність кооперативних об'єднань і послуг, які можуть одержати респонденти.

## 1. Розподіл відповідей респондентів, обізнаних із сутністю сільськогосподарської обслуговуючої кооперації, щодо готовності бути членами кооперативу

Питання / варіанти відповіді		Бажання стати членом с.-г. обслуговуючого кооперативу, осіб				Усього респондентів, осіб
		Ні	Так	Не знаю	Не дали відповідь на запитання	
Обізнані щодо сутності кооперації	ні	3	89	21	18	113
	так	6	202	45		253
	не дали відповідь на запитання	18			-	18
Усього респондентів, осіб		9	291	66	18	384

Джерело: Власні дослідження.

Членство в обслуговуючих кооперативах дає змогу сільськогосподарським товаровиробникам здійснювати переробку та зберігання виробленої продукції, а також одержувати набір послуг для підтримки їхньої господарської діяльності й організації побуту. Для виробників органічної продукції кооперація є особливо цінною, оскільки може надати їм значні конкурентні переваги. У процесі дослідження автори припустили, що власники особистих селянських господарств будуть зацікавлені у тому, щоб створювати сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи двох напрямів діяльності. Перший – надання набору послуг, що є актуальними для певної території та громади; другий напрям – підтримка у виробництві органічної сільськогосподарської продукції.

Із метою дослідження даної гіпотези запропоновано респондентам визначитися, з

якою метою вони бажають стати членами кооперативу. Аналіз відповідей показав, що 79 % опитаних висловили бажання стати членами такого об'єднання, щоб одержувати певні послуги. Що ж до можливості виробувати органічну продукцію, ставши членами кооперативу, то 73 % респондентів висловили своє позитивне ставлення до такої пропозиції. Крім того, близько 20 % респондентів не змогли дати однозначної відповіді щодо цих питань, отже їх можна вважати такими, що у перспективі підтримають кооперативну ідею.

Для визначення послуг, що можуть бути мотиваційними чинниками для вступу до кооперативу, сформовано короткий їх перелік і запропоновано респондентам оцінити послуги за ступенем важливості. Розподіл відповідей респондентів наведено у таблиці 2.

## 2. Розподіл відповідей респондентів за оцінкою важливості послуг, що можуть надаватися у кооперативі

Послуги	Відповіді респондентів, які:			
	погодилися стати членом кооперативу, осіб		ще не визначилися, осіб	
	Дуже важливі	Важливі	Дуже важливі	Важливі
Реалізація вирощеної продукції	268	36	45	17
Оранка	115	85	35	19
Осіменіння корів	96	76	23	23
Ветеринарний догляд за тваринами	106	87	27	21
Постачання палива	59	91	14	20
Постачання побутових товарів	29	77	6	23
Ремонт доріг	187	65	28	22
Будівельні та ремонтні послуги	45	90	10	31
Надання транспортних послуг	53	103	20	27
Надання споживчих кредитів	35	77	6	24
Надання насіння	196	77	34	26
Закупівля пластикових і скляних пляшок, макулатури	91	60	16	17
Респонденти, які виявили бажання стати членами кооперативу, щоб одержувати послуги	291		66	

Джерело: Власні дослідження.

Отже, найактуальнішими для респондентів є такі види послуг: реалізація вирощеної продукції, ремонт доріг та забезпечення насіннєвим матеріалом. Середній бал перелічених послуг перевищує 1,5. Тобто, абсолютна більшість респондентів надали зазначеним послугам високий ступінь важливості. Крім того, власниками домогосподарств, що брали участь в опитуванні, були відмічені такі послуги, як утилізація пластикових і скляних пляшок, макулатури, а також оранка.

Крім визначених у межах дослідження респондентам було запропоновано назвати додаткові послуги, які вони бажали б одержувати. Серед таких послуг було названо надання техніки в оренду, забезпечення добривами й агрохімікатами, прийом молока

та м'яса, заготівля сіна й забезпечення кормами, агрономічні консультації, копання та очищення криниць, вивезення сміття тощо. Отже, можна стверджувати, що саме такий перелік послуг відображає основні проблеми, з якими стикаються жителі територіальних громад, і можливість розв'язання яких може стати мотивом для вступу до кооперативу.

Встановлено, що найбільше власники особистих селянських господарств потребують підтримки в організації збуту вирощеної продукції. Тому було досліджено, які саме сільськогосподарські культури вони готові здавати на реалізацію. Розподіл відповідей респондентів наведено в таблиці 3.

### 3. Розподіл відповідей респондентів щодо готовності здавати на реалізацію сільськогосподарську продукцію

Сільськогосподарські культури	Відповіді респондентів, які:			
	погодилися стати членами кооперативу		ще не визначилися	
	осіб	%	осіб	%
Зерно	94	34,2	12	19,7
Фрукти та ягоди	102	37,1	22	36,1
Овочі	145	52,9	20	32,8
Картопля	155	56,4	31	50,8
Респонденти, які виявили бажання стати членами кооперативу, щоб одержувати послуги	268		61	

Джерело: Власні дослідження.

Крім зазначених культур, власники селянських особистих господарств готові вирощувати на замовлення гарбузове насіння (17,7%), часник (4,4%), горіхи (1,6%).

Кооперативне об'єднання доцільно створювати також для підтримки органічного агровиробництва. Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив виробників органічної продукції – це сільськогосподарський кооператив, що утворюється об'єднанням фізичних та/або юридичних осіб – виробників сільськогосподарської продукції для організації обслуговування, спрямованого на зменшення витрат та/або збільшення доходів членів цього кооперативу під час проведення ними сільськогосподарської діяльності відповідно до стандартів органічного виробництва [3]. Вважаємо, що такий ко-

оператив створюється з метою надання його членам послуг під час конверсійного періоду, проходження процедури сертифікації, у процесі виробництва, переробки й збуту органічної продукції.

Світова практика доводить, що знизити фінансові ризики та втрати під час переходу сільськогосподарських товаровиробників на органічні методи господарювання можна за умови формування кооперативних об'єднань. Тому важливо було визначитись із тим, вирощування яких видів сільськогосподарської продукції є традиційним для жителів регіону. При дослідженні цього питання встановлено, що картоплю і квасоллю вирощують на продаж найбільше респондентів (табл. 4).

#### 4. Розподіл відповідей респондентів щодо продукції, яку традиційно вирощують на продаж

Сільськогосподарські культури	Відповіді респондентів, які:			
	погодилися стати членами кооперативу		ще не визначилися	
	осіб	%	осіб	%
Часник	30	10,7	6	7,4
Горіхи	40	14,3	2	2,5
Квасоля	69	24,6	8	9,9
Насіння гарбузів	30	10,7	8	9,9
Зерно	9	3,2	2	2,5
Фрукти та ягоди	35	12,5	4	4,9
Овочі	32	11,4	4	4,9
Картопля	105	37,5	27	33,3
Респонденти, які виявили бажання стати членами кооперативу, щоб вирощувати екологічно чисту продукцію, осіб	280		81	

Джерело: Власні дослідження.

Проте перелік продуктів, вирощування яких може бути органічним, доволі широкий. Основна проблема полягатиме лише у навчанні власників селянських господарств технологічним особливостям органічного землеробства.

**Висновки.** Проведене соціологічне дослідження сільських жителів Хмельницької області дає змогу стверджувати, що чисельність власників особистих селянських господарств, ознайомлених із сутністю обслуговуючого кооперативу, значна. Більшість опитаних (79%) мають бажання приєднатися до обслуговуючого сільськогосподарського кооперативу з метою одержання послуг. Серед найважливіших для них виявилися такі послуги: реалізація вирощеної продукції, одержання насінневого матеріалу, ремонт

доріг, оранка та ветеринарний догляд за тваринами, що можна використовувати як стимулюючий інструмент при створенні кооперативу. Доведено, що крім традиційних сільськогосподарських обслуговуючих об'єднань доцільно організовувати кооперативи, які групували б власників особистих селянських господарств, що спеціалізуються на виробництві органічної продукції. Готовність сільських жителів до вирощування органічної продукції є важливою передумовою ефективного господарювання обслуговуючого кооперативу. Такі об'єднання здатні надавати підтримку сільськогосподарським товаровиробникам у період конверсії, проходження процедури сертифікації, виробництві продукції, її переробці, зберіганні й збуті.

#### Список використаних джерел

1. Акмаева Р. И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент / Р. И. Акмаева. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 2008 с.
2. Зіновчук В. В. Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу. – Друге вид., доп. і перероб. – К.: Логос, 2001. – 380 с.
3. Коваленко Т. Сільськогосподарські кооперативи: новели правового регулювання / Т. Коваленко // Агробізнес сьогодні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/u-pravovomu-poli/1525-silskogospodarski-kooperatyvu-novely-pravovogo-regulivannia.html>.
4. Методика экономических исследований : учеб. пособие ; [под ред. Зиновьева Ф.В.]. – Симферополь: Таврия, 1999. – 168 с.
5. Молдаван Л. В. Основні закономірності розвитку обслуговуючих кооперативів в Україні / Л.В. Молдаван // Вісн. Полтавського держ. с.-г. ін-ту. – Полтава, 2001. – С. 16-17.
6. Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив: початок шляху. Практичний посібник / І. Ф. Томич, Р. Я. Корінець, М. П. Гриценко. – К.: ТОВ «ВП Едельвейс», 2013. – 96 с.
7. Dixon J. A. Farming Systems and Poverty: Improving Farmers' Livelihoods in a Changing World / J. A. Dixon, D. P. Gibbon, A. Gulliver. - Food & Agriculture Org., 2001 – 412 с.
8. Emelianoff Ivan V. Economic theory of cooperation / Ivan V. Emelianoff / Economic structure of cooperative organizations. – Washington : D.C., 1948. – Reprinted by the Center for cooperatives. – University of California, 1995. – 271 p.
9. Francis C. A. Organic Farming: The Ecological System / C. A. Francis. - ASA-CSSA-SSSA, 2009 – 353 с.

10. *Guthman J. Agrarian Dreams: The Paradox of Organic Farming in California / J. Guthman. - Univ of California Press, 2014. – 323 с.*

11. *Janssens W. Marketing Research with SPSS / W. Janssens - Pearson Education, 2008 - 441 с.*

12. *Weber M. Economy and Society: An Outline of Interpretative Sociology / M. Weber. – Berkeley : University of California Press, 1978. – P. 85–86.*

Стаття надійшла до редакції 14.06.2016 р.

\*

УДК 338.2

*Н.І. ШИЯН, кандидат економічних наук, доцент  
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

## Розвиток скотарства в Україні

**Постановка проблеми.** Скотарство як одна з провідних галузей тваринництва та сільського господарства України постійно привертало підвищену увагу науковців і практиків. Така увага зумовлена тим, що на галузь покладається вирішення ряду важливих питань, зокрема продовольчої безпеки країни у контексті забезпечення населення такими важливими продуктами харчування, як молоко і молочні продукти, яловичина; забезпечення підприємств харчової та легкої промисловості сировиною. Зі станом галузі пов'язують розв'язання соціальних проблем розвитку сільських територій, зайнятості населення, підвищення рівня його життя й ін. Тобто успішний розвиток галузі є важливим кроком у вирішенні актуальних питань аграрної сфери України та її регіонів. Тому визначення стратегії розвитку галузі й чинників її формування належать до таких питань.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання визначення стратегії розвитку підприємства, галузі, країни постійно привертують увагу науковців та практиків, розробками яких створено відповідний теоретичний фундамент для його вивчення [1, 4]. Основні положення стратегії розвитку галузі скотарства знайшли відображення в проектах «Про розвиток галузі спеціалізованого м'ясного скотарства в Україні», «Відроджене скотарство» й ін. [12, 14]. Названі проекти спрямовані як на збереження галузі, так і

на її розвиток, який повинен супроводжуватися збільшенням обсягів виробництва продукції галузі на інноваційній основі, задоволення потреби споживачів у продуктах харчування: молоко й молочні продукти, яловичина і телятина та продукти їх переробки.

Необхідність розгляду стратегії розвитку галузі зумовлена також процесами, пов'язаними із вимогами входження України до ЄС. Актуальність розгляду проблеми в даному аспекті засвідчують публікації вітчизняних і зарубіжних науковців [2, 3, 7, 10]. Зокрема, О.Ю. Біленьким проаналізовано динаміку виробництва й експорту основних видів продукції тваринництва на світовому ринку [7]. В одній із публікацій А.Д. Діброва акцентує увагу не тільки на оцінці сучасного стану і визначенні основних тенденцій зовнішньої торгівлі України з ЄС агропродовольчою продукцією, а й на такому аспекті, як прогнозування експорту (імпорту) в коротко- і довгостроковий період. Розгляд проблеми в цьому ракурсі дасть змогу, на думку науковця, не тільки прогнозувати обсяги імпорту й експорту, а також рекомендувати нові географічні та товарні ніші для українського експорту, розробляти заходи щодо виробництва товарів, які б замінили імпорт в умовах формування зони вільної торгівлі з ЄС [10].

О.В. Шубравська, розглядаючи переваги й ризики для аграрного сектору в процесі інтеграції до ЄС, підкреслює потужність агропромислового комплексу України, розглядає його як активного і значущого учас-

---

© Н.І. Шиян, 2016