

УДК 632.115.8:637.1(100)

DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V39\(2023\)-19](https://doi.org/10.31521/modecon.V39(2023)-19)

Онопрійчук Д. О., здобувач вищої освіти факультету менеджменту, Миколаївський національний аграрний університет, Миколаїв, Україна

ORCID: 0000-0003-0098-0435

e-mail: 26denisonop@gmail.com

Червен І. І., д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу, Миколаївський національний аграрний університет, Миколаїв, Україна

ORCID: 0000-0002-4268-8216

e-mail: cherven@mnau.edu.ua

Розвиток молочарських кооперативів у світі

Анотація. У статті проведено оцінку розвитку молочарських кооперативів у різних країнах світу. Об'єктом дослідження стали провідні молочарські кооперативи у світі, які виробляють найбільшу кількість молочної продукції та які вважаються гігантами у своїй галузі, такі як Dairy Farmers of America (США), Fonterra (Нова Зеландія) та Group Lactalis (Франція).

Авторами обґрунтовано актуальність дослідження розвитку молочарських кооперативів в умовах глобалізації економіки, що стосується кожної країни. Теоретичною основою дослідження авторів є інформація про діяльність найбільших кооперативів світу, діяльність кооперативу Fonterra на фондовій біржі, дані міжнародних організацій, зокрема дані Міжнародного кооперативного альянсу, праці вітчизняних та іноземних науковців, що досліджували проблеми створення та розвитку кооперативів. При дослідженні використовувалися такі методи, як пояснення, опис, статистичний, графічний, метод узагальнення та класифікації. Розглянуто стратегію розвитку кооперативного об'єднання Dairy Farmers of America та їх процес виробництва молока. Визначено, що важливою перевагою кооперативу Fonterra є вихід на ринок акцій. Проаналізовано розподіл реалізованої готової продукції на кооперативі Group Lactalis. Визначено, що кооперативні об'єднання фермерських господарств найбільш ефективно впливають на діяльність, якщо кооператив створений на добровільних засадах з розумінням та усвідомленням членів, яким чином можна об'єднати ресурси для досягнення основної спільної мети – отримання максимального прибутку при мінімальних затратах. Доведено, що розвиток молочарських кооперативів має значний потенціал у покращенні умов життя сільського населення.

Ключові слова: кооператив; молочарське об'єднання; споживачі; молочна продукція; фермерське господарство.

Onopriichuk Denis, Applicant for Higher Education of Management Faculty, Mykolayiv National Agrarian University, Mykolayiv, Ukraine

Cherven Ivan, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Hotel and Restaurant Business and Business Organization, Mykolayiv National Agrarian University, Mykolayiv, Ukraine

Development of Dairy Cooperatives in the World

Abstract. Introduction. The authors evaluated the development of dairy cooperatives in different countries of the world. During the research, the authors analyzed the leading dairy cooperatives in the world that produce the largest amount of dairy products and are considered giants in their field, such as Dairy Farmers of America (USA), Fonterra (New Zealand) and Group Lactalis (France).

Purpose. The main purpose of the research is to study is to consider the global cooperative experience in the dairy business, taking into account the prospects for the development of the industry.

Results. The development of dairy cooperatives in the conditions of economic globalization, which covers many countries, was considered. Analytical evaluation was carried out on the basis of information about the activities of the largest cooperatives in the world, activities of the Fonterra cooperative on the stock exchange, data of international organizations, in particular data of the International Cooperative Alliance, the work of domestic and foreign scientists who studied the problems of the creation and development of cooperatives. The authors used the following methods during the research: statistical, graphic, generalization, classification, explanation, description, etc. The development strategy of the Dairy Farmers of America cooperative association and their milk production process are considered. It was determined that an important advantage of the Fonterra cooperative is access to the stock market. The distribution of sold finished products at the Group Lactalis cooperative was analyzed. It was determined that the cooperative associations of farms most effectively affect the activity if the cooperative is created on a voluntary basis with the understanding and awareness of the members, how to combine resources to achieve the main common goal - obtaining maximum profit at minimum costs.

Conclusions. The authors proved that the development of dairy cooperatives has significant potential in improving the living conditions of the rural population, ensuring the stability of the dairy market and sustainable development of agriculture. It

¹Стаття надійшла до редакції: 15.06.2023

Received: 15 June 2023

was established that the development of dairy associations in the form of cooperatives contributes to the introduction of innovations in the field of dairy production.

Keywords: cooperative; dairy association; consumers; dairy products⁴ farming.

JEL Classification: L14; M14; O13; P13; Q13.

Постановка проблеми. Молочарські кооперативи об'єднують фермерів для продажу молока та спільного підвищення економічного добробуту власників-членів кооперативу. Вони належать і демократично керуються членами, які беруть участь у прибутках і витратах кооперативу. Значний розвиток кооперативів розпочався на початку 20 століття, коли деякі дилери відмовлялися від прийняття молока від деяких виробників. Тим самим дані виробники, яким було відмовлено, добровільно об'єднувалися задля збільшення обсягу виробництва та якості продукції. З того моменту почалися створювати невеликі кооперативи, як надалі об'єднувалися, утворивши тим самим глобально конкурентоспроможні компанії.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Оцінивши важливість створення молочарських кооперативів, багато науковців досліджують дану тематику та охоплюють важливі питання. Зокрема, найвідомішими є В. Лаврук, С. Фролов, Є. Милованов [1], К. Кутах [7] та ін. У наявних у вільному доступі працях досліджують лише фрагментарні проблеми, а отже, актуальність нашого дослідження може бути прийнята для аналізу іншими науковцями.

Формулювання цілей дослідження. Основною метою дослідження є вивчення світового кооперативного досвіду молочного бізнесу з урахуванням перспектив розвитку галузі.

Основні результати дослідження. Світовий кооперативний досвід переконливо свідчить, що кооперація не лише тип виробництва чи форма господарювання, а економічно обумовлена ідеологія сільськогосподарського виробника, перш за все, в жорстких економічних умовах сьогодення, у тому числі зважаючи на складність конкуренції з великими корпораціями та агрохолдингами [1].

Кооператив (з лат. співробітництво) – будь-яка асоціація людей чи товариств має бути визнана як кооператив, якщо вона має на меті підвищення економічного чи соціального рівня життя своїх членів шляхом ведення підприємства, яке ґрунтується на взаємодопомозі. Таке визначення надається в Положенні про Міжнародний кооперативний альянс [2]. На базі кооперативу фермерські господарства, які є членами, ведуть спільну цінову політику, закупають обладнання і покращують ефективність своїх корів. При створенні кооперативу фермери можуть об'єднати всі процеси й економічно вигідно планувати обсяг виробництва та збуту продукції. Також, при об'єднанні ресурсів, можливо отримувати додатковий прибуток шляхом продажу не сировини, а вже готової продукції.

На базі кооперативів індивідуальні господарства матимуть можливість спільно домовляються про ціну молока з переробниками, закупувати устаткування і

покращувати продуктивність своїх корів через різні послуги й програми, які здійснюють кооперативи [7].

Кооперативні формування розвиваються особливо стрімкими темпами у США. Понад 120 млн людей у цій країні – члени кооперативів, яких налічується 48 тисяч.

Фермерські молочарські кооперативи США займаються різноманітною діяльністю, щоб забезпечити членам кооперативу гарантований ринок збуту для свого молока. Деякі організують продаж молока членів кооперативу, тоді як інші виробляють широкий асортимент продукції та можуть продавати вироблену та перероблену власними силами продукцію безпосередньо споживачам.

Світова практика показала, що за кордоном практично не використовують молоко від особистих господарств населення, як сировину для промислового виробництва молокопродуктів [8].

Основна проблема в розвитку молочних кооперативів полягає у створенні матеріально-технічної бази, бажанні жителів сіл брати на себе відповідальність та певні зобов'язання в інтересах колективу та продовольчої безпеки [10].

Найбільшим кооперативом у США є Dairy Farmers of America (DFA). DFA було утворено в 1998 р. шляхом об'єднання чотирьох молочарських кооперативів: Southern region of Associated Milk Producers Inc., Mid-America Dairymen Inc., Milk Marketing Inc., Western Dairymen Cooperative Inc. задля впливу на національну політику та задоволення потреб американського народу в молочній продукції [3]. Члени усіх кооперативів погодилися на об'єднання, тому що вони зрозуміли, що можуть досягти більших результатів, працюючи разом, а не поодиночі. На сьогоднішньому етапі розвитку кооперативів, DFA продає молоко як на національному рівні, так і на міжнародному з наявних 12 500 молочарських ферм. Вони виробляють інгредієнти для сиру, масла, морозива, молока для споживання та багато іншого, що широко відомо під якісними регіональними, національними та міжнародними брендами. Причому вони мають не тільки молочарське спрямування. Насамперед даний бізнес побудований таким чином, щоб задовольнити потреби максимальному числу споживачів. Наприклад, у системі DFA присутні такі комерційні складові як утворення спільних підприємств, встановлення партнерських відносин з міжнародними брендами харчової промисловості.

У табл. 1. наведено стратегічну діяльність організації. Бачимо, що кооператив DFA прагне перетворитися на лідера світового ринку молочної продукції завдяки задоволенню потреб споживачів. Також важливою складовою розвитку є орієнтованість на якість продукції. Важливим стратегічним напрямом є мінімізація відходів шляхом зменшення необхідного

пакування молочної продукції під брендами. Також транспортування продукції завдяки новій інноваційній кооператив економіє паливо та оптимізують технології неактивного моніторингу.

Таблиця 1 Стратегія кооперативу DFA

Місія кооперативу	Представлення кооперативу для його членів як глобальний молочарський кооператив
Погляд кооперативу	Збагачення членів кооперативу та споживачів за допомогою молочних продуктів
Цінності кооперативу	Етична поведінка без виключень; пристрасть бути найкращим в молочарській сфері; якість продукції, ферм, торгових марок, послуг; невід’ємна частина всього суспільства

Джерело: побудовано авторами на основі [3]

На рис 1. бачимо, процес виробництва молока на DFA. Варто зазначити, що увесь процес, описаний у схемі, відбувається за 48 годин. Це можливе завдяки тому, що господарства розташовані по всій країні, що допомагає DFA значно скорочувати витрати на логістичні операції.

Для DFA важливо, щоб все починалося саме на фермерському господарстві. Саме тому близько 18% бюджету підприємства іде на використання нових

інноваційних технологій для забезпечення максимально ефективного процесу роботи. Завдяки кооперативному об’єднанню громадяни можуть локально виробляти продукцію для глобального ринку, тобто бути повноправним членом глобального ринку. При цьому фермерські господарства, що входять до складу кооперативу, отримують прибуток, який розподіляється пропорційно до частки на ринку кооперативу.

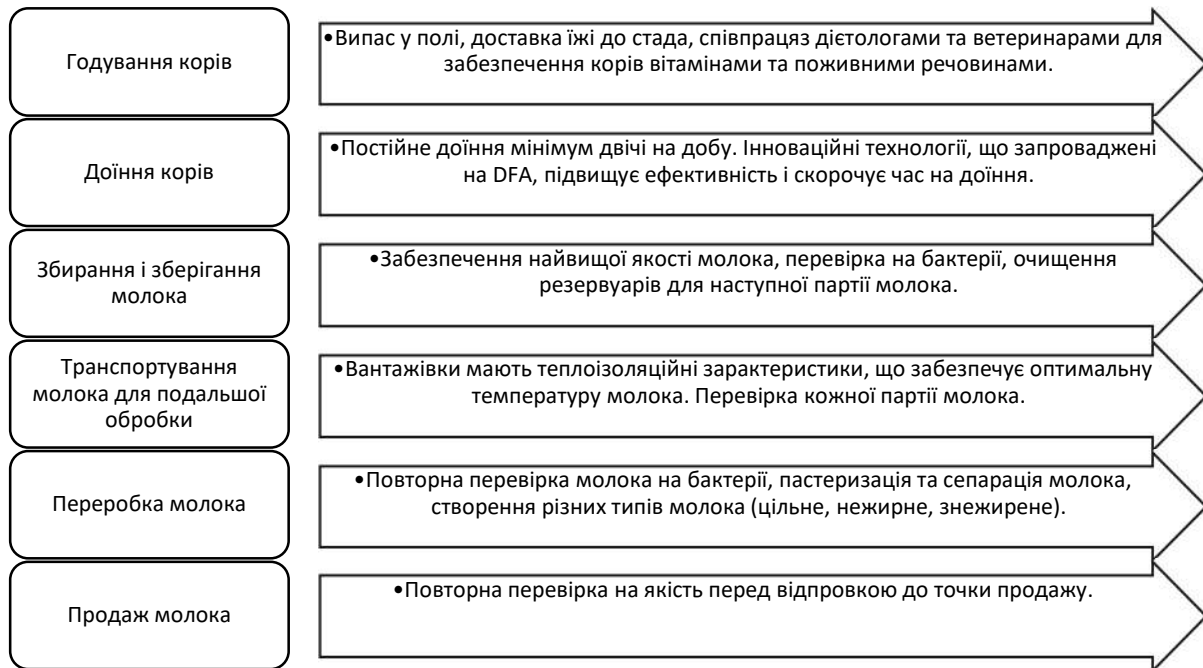


Рисунок 1 – Процес виробництва молока на DFA

Джерело: побудовано авторами на основі [3]

Проаналізуємо другий за розмірами кооператив у світі – Fonterra. Це молочний кооператив із Нової Зеландії, який експортує продукцію до понад 130 країн світу [4]. Даний кооператив зберігає лідерські позиції протягом тривалого часу. Він виник у 2001 р. у результаті об’єднання двох найбільших кооперативів Нової Зеландії – New Zealand dairy Group та Kiwi Cooperative Dairies. Наразі Fonterra домінує на внутрішньому ринку і є головним експортером молочних продуктів з Нової Зеландії (95% усіх молочних продуктів). Завдяки тому, що обидва кооперативи перед об’єднанням розуміли, що при тих

обсягах виробництва вони можуть досягти значно кращих результатів. Дане підприємство захопило велику частку ринку молочних продуктів, на Fonterra припадає 25% усієї світової торгівлі молочними продуктами.

Fonterra за формою власності є вертикально інтегрованим кооперативом, що містить 10 500 фермерів, заводи розташовані в 140 країнах світу. Фермери постачають продукцію на обробку і беруть участь в прибутку пропорційно до розміру фермерського господарства. Також існують певні проблеми розвитку молочної виробництва. Високо

інтенсивність галузі тваринництва зі стадом у 5 млн корів чинить згубний вплив на навколишнє середовище. Компанія Fonterra фігурує у списку компаній, які найбільше забруднюють навколишнє середовище. Тому тема захисту навколишнього середовища зараз у компанії на першому місці. У 2021 році Fonterra виділила 8 млн доларів на зменшення викидів.

Також важливою перевагою кооперативу є вихід на ринок акцій. Кожен може придбати акції компанії та відчувати себе частиною кооперативу. На ринок акцій компанії вийшла в грудні 2012 року.

На рис 2. бачимо котирування акцій компанії Fonterra. Акції компанії торгуються протягом 123 місяців. Спостерігаються найбільші падіння акцій компанії в травні 2018 р. (на 11,0%), у лютому 2019 р. (на 11,5%), у травні 2019 р. (на 8,4%), у серпні 2019 р. (на 13%), у травні 2020 р. (8,3%), у травні 2021 р. (на 13,3%), у квітні 2022 р. (на 14,5 відсотка).

Також варто дослідити найбільш прибуткові місяці стосовно ціни акцій. Бачимо високе зростання акцій у квітні 2013 р. (на 10,7%), у січні 2014 р. (на 7,5%), у вересні 2015 р. (на 13,2%), у грудні 2015 р. (на 16%), у жовтні 2019 р. (на 20,9%), у вересні 2021 р. (на 9,4%), у листопаді 2022 р. (на 6,3 відсотка).

Отже, проаналізувавши вищезазначені дані можна зробити висновок, що акції молочарського

кооперативу демонструють найбільші падіння у квітні-травні, а найбільші зростання у вересні – листопаді. Дана тенденція спостерігається протягом усього існування акцій кооперативу. Це спричинено тим, що в кінці весни підприємство витрачає найбільше на придбання нового технологічного обладнання та інше. Потім настають найбільш сприятливі умови для розвитку кооперативу. Навесні інвестори очікують побачити результати діяльності кооперативу у звітах компанії. Вони орієнтуються на погодні умови та інші зовнішні фактори. Тому, що зовнішні фактори слабо впливають на виробництво молока, то вони очікують на прибутковість кооперативу. Для інвестора це означає купівлю додаткових акцій кооперативу, що і рухає ціну вище. Потім виходять звіти кооперативу, і якщо звіт задовольняє інтереси інвесторів, та на ринку з'являється ще більше інвесторів, які побачили велике зростання кооперативу. Дана модель колообігу в молочарському кооперативі широко розповсюджена і використовується в сучасних ринкових умовах. Ще один кооператив з далекою історією та неймовірними фінансовими результатами - Groupe Lactalis. Компанія розпочинає свій розвиток з 30-х років 20 століття. Засновником вважається Андре Беньє. Розвиток кооперативу відбувався швидкими темпами до 1940 року річний товарообіг складав 10 000 л молока.

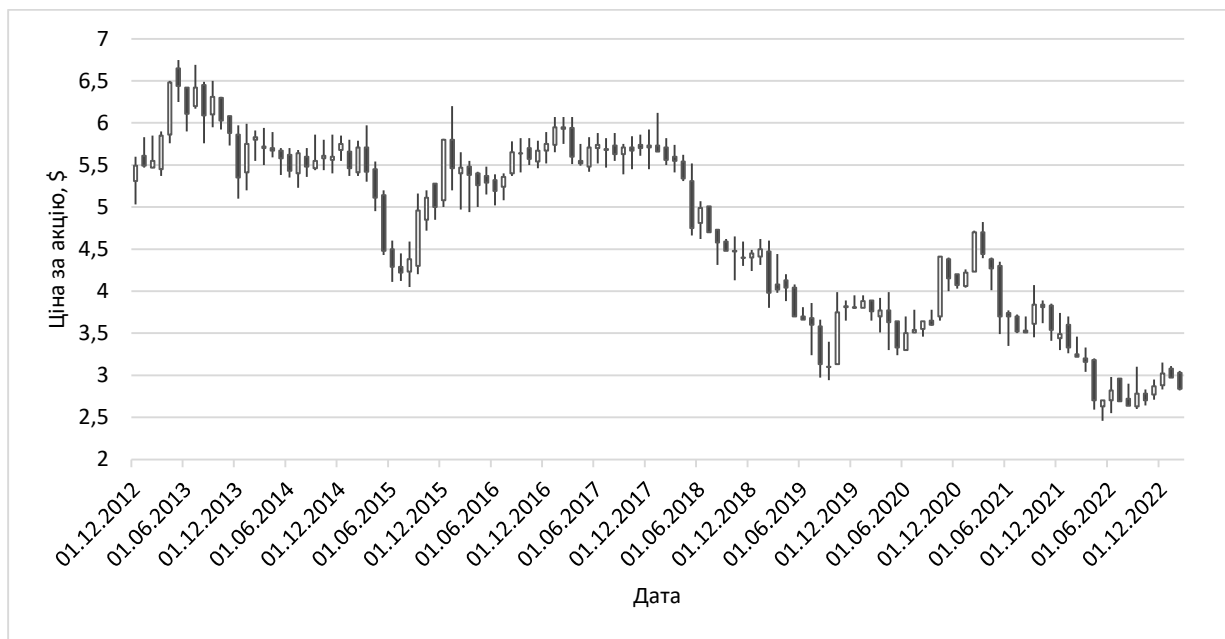


Рисунок 2 – Графік акцій компанії Fonterra за грудень 2012 – лютий 2023 роки

Джерело: побудовано авторами на основі [5]

До 1980 р. кооператив став беззаперечним лідером на національному ринку Франції й розпочався активний розвиток на міжнародному рівні. В 90-х роках компанія відкрила виробництво молочарської продукції в Польщі, Україні, Єгипті та Італії. На сьогодні продукція Groupe Lactalis виготовляється у 50 країнах.

Річний обсяг заготівлі молока – 19 млрд літрів молока, товарообіг становить 18,4 млрд євро [6].

На рис 3. зображено розподіл реалізованої продукції Group Lactalis. Бачимо, що на питне молоко, яке повністю оброблене та готове до споживання виділяється 25% всієї продукції. Це означає те, що виробництво продукції в даному кооперативі

спрямоване на товарне, а не сировинне виробництво. Більшість продукції реалізується зі значною доданою вартістю, наприклад сири (32%), десерти (13%), масло та вершки (10%). Завдяки такій виробничій політиці кооператив значно збільшує свої прибутки через реалізацію вже готової продукції. Варто зазначити, що

товарне спрямування підприємства можливе лише за наявності усіх ресурсів, як людських, технічних, так, і фінансових. Дане виробництво обладнане усіма наявними технологічними пристроями задля повного та автоматичного контролю за всім циклом виробництвом продукції.

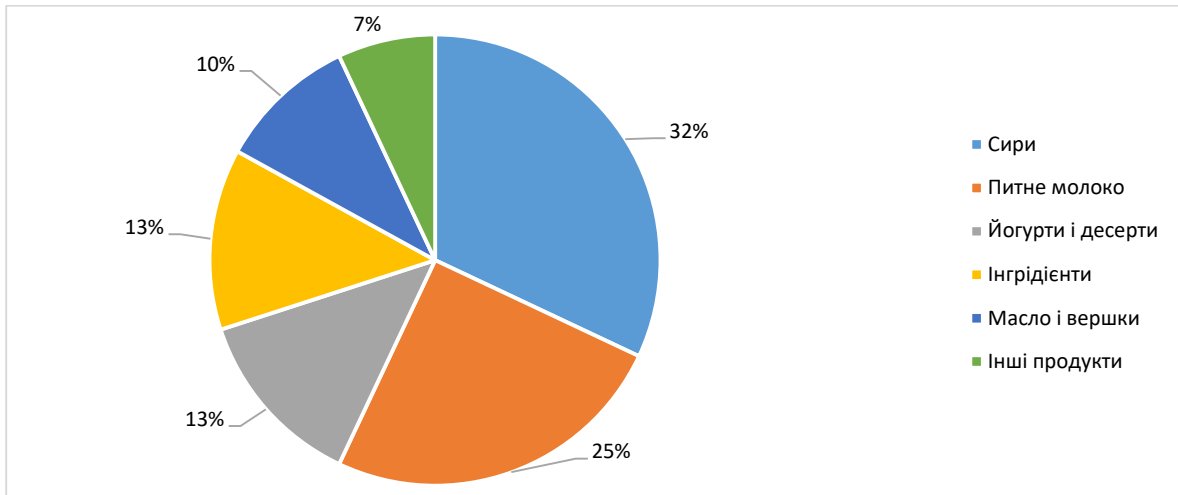


Рисунок 3 – Реалізація продукції Group Lactalis за категоріями у 2017 році

Джерело: побудовано на основі [6]

Розглядаючи найбільші кооперативи, які займаються перероблюванням молока варто зазначити ті кооперативи, які тримають першість за обсягом виробництва та часткою на світовому ринку молочних продуктів. До вище проаналізованих також належать Arla Foods (Данія та Швеція), Nestle Dairy (Швейцарія), FrieslandCampina (Нідерланди), Saputo (Канада та США), Amul (Індія), Yili (Китай) та Mengniu (Китай) [9].

Висновки. Проаналізувавши найбільші утворені кооперативи можна зробити висновок, що для найбільших доходів необхідно спрямовувати виробництво на повний цикл товарів. Більшість

кооперативів стали такими відомими не продаючи сировинну продукцію більшим кооперативам, а завдяки тому, що налагодили процес доїння, збирання, обробки, транспортування, перероблювання та продаж готової продукції.

На сьогоднішньому етапі великі кооперативи вже не потребують додаткової кооперації, оскільки вони забезпечили збут своєї продукції, або взагалі розвили усі напрями, забезпечили стабільний рівень рентабельності кооперативу. Тільки після занепаду виробництва чи кризи відбудеться сплеск кооперації, внаслідок якої може утворитися ще декілька молочарських гігантів.

Література:

1. Милованов Є. Кооперація. 2014. URL : https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00KR88.pdf. (дата звернення : 10.06.2023 р.)
2. Міжнародний кооперативний альянс : офіційний сайт. URL : <https://www.ica.coop/> (дата звернення : 10.06.2023 р.)
3. DFA Milk : офіційний сайт. URL : <https://www.dfamilk.com/careers/what-is-a-cooperative>. (дата звернення 25.02.2023).
4. Fonterra. The Goodness of New Zealand Milk / Fonterra : офіційний сайт. URL : <https://www.fonterra.com/nz/en.html> (дата звернення 25.02.2023).
5. Котирування акцій Fonterra : офіційний сайт. URL : <https://ru.investing.com/equities/fonterra-shareholders-fund-historical-data> (дата звернення 25.02.2023).
6. Історія Lactalis group / Lactalis офіційний сайт. URL : <https://lactalis.com.ua/grupa-lactalis/istoriya/>.
7. Кутах К. М. Стан, перспективи розвитку молочних кооперативів в Україні. *Економічні студії*. Львів, 2018. Вип. 2 (20). С. 84-88.
8. Лаврук В. В., Славина Н. А., Лаврук О. С. Управління розвитком сільськогосподарських обслуговуючих молочних кооперативів : проблеми та перспективи. *Агросвіт*. 2022. № 9-10. С. 36-43. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.9-10.36
9. Молочний науково-дослідний центр IFCN : офіційний сайт. URL : <https://ifcndairy.org/about-us/>
10. Чернега І. І., Пономарьова М. С., Загорська Ю. В. Особливості становлення аграрних перетворень та ринкових зрушень. *Бізнеснавігатор : науково-виробничий журнал*. 2014. № 3 (35). С. 6-12.

References:

1. Mylovanov, E. (2014). Cooperation. Retrieved from : https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00KR88.pdf [in Ukr.].
2. International Cooperative Alliance : official site. Retrieved from : <https://www.ica.coop/> [in Ukr.].

3. DFA Milk : official site. Retrieved from : <https://www.dfamilk.com/careers/what-is-a-cooperative> [in Ukr.].
4. Fonterra. The Goodness of New Zealand Milk / Fonterra : official site. Retrieved from : <https://www.fonterra.com/nz/en.html> [in Ukr.].
5. Quotation of Fonterra / Fonterra shares : official site. Retrieved from : <https://ru.investing.com/equities/fonterra-shareholders-fund-historical-data> [in Ukr.].
6. History of Lactalis group / Lactalis : official site. Retrieved from : <https://lactalis.com.ua/grupa-lactalis/istoriya/> [in Ukr.].
7. Kutakh, K. M. (2018). State, prospects for the development of dairy cooperatives in Ukraine. *Ekonomichni studiyi*. 2 (20). 84-88 [in Ukr.].
8. Lavruk, V., Slavina, N. & Lavruk, O. (2022). Management of the development of agricultural serving dairy cooperatives : problems and prospects. *Agrosvit*. 9-10. 36-43. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.9-10.36 [in Ukr.].
9. IFCN Dairy Research Center : official site. Retrieved from : <https://ifcndairy.org/about-us> [in Ukr.].
10. Cherneha, I. I., Ponomar'ova, M. S., & Zahors'ka, YU. V. (2014). Peculiarities of formation of agrarian transformations and market shifts. *Biznesnavhator : nauково-vyrobnychyy zhurnal*. (35). 6-12. [in Ukr.].



Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License