

УДК 338.43.027:338.439.4(1-22)(477):303.446

Лесів М.М., Львівський національний університет ім. Івана Франка

ВПЛИВ БІЗНЕСУ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ: ПРИКЛАД «NESTLÉ»

Досліджено особливості взаємодії між сільськогосподарськими виробниками, а також між виробниками та споживачами продуктів харчування. Здійснено оцінку впливу такої взаємодії на розвиток села та добробут його мешканців. На основі теорії порівняльних переваг визначено вигоди від співпраці між фермерами та підприємцями-переробниками. На прикладі компанії «Nestlé» проаналізовано механізми підтримки сільськогосподарських виробників великими корпораціями у сфері харчування.

Ключові слова: *розвиток сільських територій, сільськогосподарські виробники, виробники продуктів харчування, споживачі, порівняльна перевага, вигоди, попит, пропозиція, виробнича крива, якість, виробничі потужності, фінансова допомога, стале сільське господарство, «Nestlé», підтримка фермерів.*

Питання розвитку сільських територій сьогодні залишається актуальним для більшості країн світу. Слабший розвиток села та гірші умови життя його мешканців, порівняно до міста, спонукають уряди країн до пошуку шляхів вирішення цих проблем і забезпечення сталого розвитку сільських територій. У більшості випадків увага зосереджується на побудові та реалізації державних політик у сфері розвитку села. Так, хорошим прикладом такої політики є політика розвитку сільських територій ЄС, яка реалізується для всіх країн – членів ЄС та має позитивні результати. Водночас сільські території та сільське господарство залишаються монопольними постачальниками сировини для різних галузей промисловості, зокрема продовольчого сектору економіки. Обсяги та якість вироблених продуктів харчування прямо залежать від сировини, що використовується при їх виробництві, тому компанії, які займаються виробництвом продуктів харчування, безпосередньо залежать від села та його ресурсів. У таких умовах вони або шукають відповідних їхнім вимогам постачальників, що не завжди легко зробити, або намагаються вплинути на процес виробництва сільськогосподарської сировини. Такий вплив має наслідки для сільського середовища у цілому. Отже, важливо простежити, яку роль у контексті розвитку сільських територій відіграє сфера бізнесу.

Питання розвитку сільських територій досліджують багато вітчизняних науковців. Зокрема, розвиток сільських територій, його особливості, механізми забезпечення та державного регулювання, проблеми та перспективи сільського розвитку в Україні аналізували такі вчені, як О. Бородіна [1], В. Боршевський [2], Ф. Важинський, О. Молнар [3], І. Гончаренко [4], О. Онищенко [5], О. Павлов [6] та інші. Основну увагу авторів зосереджено на державній підтримці та політиці розвитку сільських територій і недостатньо – вивченню ролі бізнесу у сфері розвитку села.

Таким чином, **мета статті** – визначити особливості взаємодії між бізнесовими структурами та сільськогосподарськими виробниками в контексті забезпечення розвитку села та підтримки його мешканців.

Взаємодія між сільськогосподарськими виробниками та компаніями різних секторів економіки сьогодні стає дедалі розповсюдженою. Особливо легко її простежити у сфері харчування. Схематично такий процес взаємодії показано на рисунку 1.

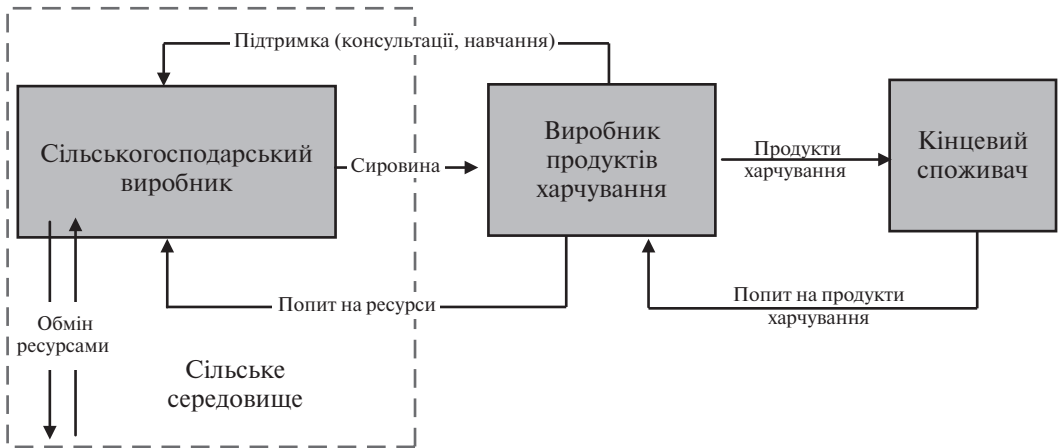


Рис. 1. Схема взаємодії сільськогосподарських виробників, а також виробників і споживачів продуктів харчування

Джерело: складено автором.

Дана схема показує взаємозалежність між чотирма ланками процесу. Так, у результаті взаємодії із сільським середовищем сільськогосподарський виробник отримує відповідні сільськогосподарські товари, які він постачає у вигляді сировини на підприємства виробників продуктів харчування. Від якості та кількості сировини залежить те, яку і скільки продукції зможе виробити підприємець. Підтримка, яку може надавати виробник харчової продукції фермеру, повинна забезпечити такі умови, щоб останній міг виробляти сировину потрібної якості та у необхідній кількості і гарантувати підприємцю стабільне виробництво продуктів харчування. Постійний ринок збуту, який отримує фермер від співпраці з виробником продуктів харчування, означатиме для нього стабільні або зростаючі його доходи. Зростання доходів можливе тоді, коли попит компанії на його продукцію зростатиме або собівартість виробництва падатиме. Для зростання попиту на свою продукцію фермеру необхідно вирощувати її з дотриманням усіх вимог виробника продуктів харчування або навіть перевершувати їх. Для цього, як і для зменшення собівартості виробленої продукції, сільськогосподарському виробнику потрібно удосконалювати виробничі потужності. Це можливо за підтримки компанії – виробника продуктів харчування та наявності власних засобів. Водночас попит на сільськогосподарську сировину зростатиме тоді, коли у компанії-виробника є попит на продукцію, яку вона виробляє. Цей попит залежить від смаків споживачів, ціни на відповідні товари та довіри споживачів компанії-виробнику. Довіру покупця можна завоювати лише якістю, що залежить від сировини. У такий спосіб замикається цикл, який пов'язує фермерів, компанії та споживачів.

Концентруючи увагу на питанні розвитку сільських територій, слід зазначити, що від добробуту фермерів залежить і добробут сільських територій, де вони проживають. Так, від методів ведення їх господарської діяльності залежить стан довкілля сільських територій. Сільськогосподарські підприємства забезпечують можливості для працевлаштування сільських мешканців регіону, де вони розташовані. Разом з тим, залежно від участі фермера у суспільному житті громади, він також може долучитись до розбудови інфраструктури села, забезпечити розвиток інших, несільськогосподарських видів діяльності на селі. З іншого боку, споживачами продуктів харчування, які виробляються підприємствами харчової

промисловості, є також і сільська громада. Від якості продовольства, яке вона споживає, залежить життя та здоров'я її мешканців, а отже, і добробут села у цілому.

Вплив якості продуктів харчування на обсяги попиту на сільськогосподарську сировину можна показати за допомогою кривих попиту та пропозиції, а також кривих виробничих можливостей (рис. 2). Для спрощення моделі припустимо, що на ринку є один постачальник сільськогосподарської сировини, одна компанія з виробництва продуктів харчування та один покупець. Фактори виробництва – праця і капітал.

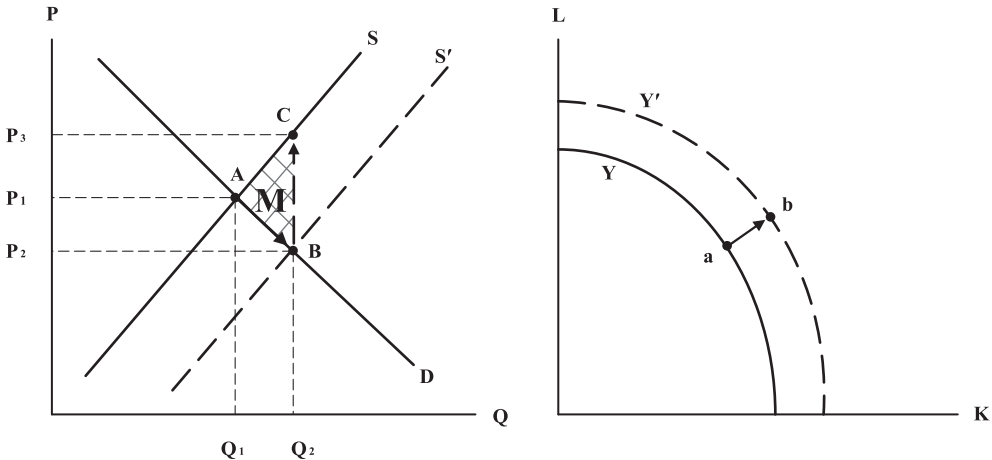


Рис. 2. Крива попиту та пропозиції на ринку продуктів харчування і виробнича крива сільськогосподарської сировини

Джерело: складено автором.

Попит на продукти харчування високої якості зростає. Відповідно, ринкова рівновага порушується і переміщується з точки *A* в точку *B*, в якій споживач готовий купувати Q_2 кількості товару. Для того, щоб задовольнити попит, який зростає, виробникові продуктів харчування необхідно збільшити свої обсяги виробництва, а це залежить від виробничих потужностей та обсягів сировини. За незмінних виробничих потужностей постачальник сільськогосподарської сировини зможе забезпечити лише ту кількість сировини, що відповідає значенню точки *a* кривої виробничих можливостей *Y*. Для переходу в точку *b* йому необхідно або збільшити кількість ресурсів (*L*, *K*), або вдосконалити технологію виробництва, щоб його крива виробничих можливостей *Y* перемістилась в розташування *Y'*.

За таких умов виробник продуктів харчування змушений надати фінансову підтримку постачальнику сировини для того, щоб отримати належну кількість сировини (точка *b*) та збільшити пропозицію свого товару і перемістити власну криву пропозиції в розташування *S'*. Проте, щоб компенсувати витрати на підтримку постачальника сировини, виробник продуктів харчування встановить ціну на рівні P_3 , що відповідає точці *C*, а обсяг його додаткового прибутку відповідатиме області *M*. Таким чином, для отримання якісного продукту харчування споживачеві необхідно заплатити вищу ціну, що вплине на обсяг підтримки, яку виробник продуктів харчування виділить постачальнику сільськогосподарської сировини.

Дана модель містить багато обмежень. У реальних умовах кількість фермерів, виробників продуктів харчування та споживачів є набагато більшою, і поведінка кожного з учасників зазначеного циклу може бути різною, оскільки умови ринку різні. Проте дана модель пояснює, як, у цілому, впливає якість сільськогосподарської сировини на підвищення добробуту фермерів.

Ініціатива допомоги сільським виробникам та стимулювання сільського господарства підтримується багатьма транснаціональними корпораціями. Так, у 2002 р. «Nestlé», «Unilever» та «Danone» створили платформу «Ініціатива сталого сільського господарства» («Sustainable Agriculture Initiative» (SAI)) як неприбуткову організацію, що сприяє безконкурентному обміну знаннями та ініціативами. Її мета – підтримати розвиток та впровадження практик сталого сільського господарства, залучаючи різних учасників із загального процесу виробництва продуктів харчування [7].

Ініціатива сталого сільського господарства є найбільшою у сфері виробництва продуктів харчування, яка пропагує та підтримує розвиток сталих методів господарювання у світі. Компанії, які займаються виробництвом продуктів харчування, та роздрібні торговці є найбільшими закупниками сільськогосподарської продукції. Для того, щоб бути впевненими у постійному, зростаючому та безпечному постачанні сільськогосподарської продукції, вона має вирощуватись при застосуванні певних технологій. Сьогодні дана платформа об'єднує 60 членів, які мають спільне бачення щодо поняття «стале сільське господарство», яке вважається таким, що «забезпечує ефективне виробництво безпечних сільськогосподарських продуктів високої якості, зберігаючи та покращуючи навколишнє природне середовище, соціальні та економічні умови життя фермерів, їх найманих працівників і місцевих громад, а також забезпечує захист рослин і тварин». Дана ініціатива збирає та розвиває знання про стале сільське господарство, які потім розповсюджує серед усіх зацікавлених сторін. Вона бере до уваги усі цінні ідеї та концепції, що сьогодні існують (наприклад, раціональні практики органічного землеробства) [7].

Одним із засновників даної ініціативи є компанія «Nestlé», яка є найбільшим у світі виробником продуктів харчування з фабриками, офісами та представництвами у понад 197 країнах, у тому числі в Україні [8]. Одним з десяти головних принципів компанії є розвиток сільських територій і підтримка сільського господарства. У даному напрямі розроблено ряд ініціатив щодо підтримки фермерів у контексті сталого вирощування сільськогосподарської продукції, підтримки села та його мешканців, подолання бідності у сільській місцевості. Компанія бере участь у міжнародних проектах, спрямованих на забезпечення сталого сільськогосподарського виробництва та співпрацює з мільйонами фермерів. Так, 695 тис. фермерів з різних країн постачають свою продукцію компанії безпосередньо або через кооперативи, центри збору сільськогосподарської сировини.

«Nestlé» як глобальна компанія має значний непрямий економічний вплив на всі ланки свого виробничо-реалізаційного циклу, через фабрики та мережу постачання. Тісний взаємозв'язок з фермерами є невід'ємною часткою діяльності компанії. Зусилля, спрямовані на їх підтримку, полягають у наданні високоякісного посадкового матеріалу, технічної підтримці, навчаннях і фінансовій допомозі фермерам.

У 2014 р. 376 тис. фермерів з усього світу взяли участь у програмах навчань, організованих компанією «Nestlé». Близько 83 600 фермерам різних країн виділено 39 млн. швейцарських франків фінансової допомоги, з яких 32 млн. франків становила пряма фінансова допомога. Кількість фермерів, які можуть скористатися даною допомогою, постійно зростає, у 2014 р. їх кількість збільшилася, порівняно з 2013 р., майже на 42%. Фінансова допомога спрямовується на модернізацію господарств, закупівлю належної сировини, вдосконалення існуючих технологій виробництва сільськогосподарської продукції тощо [9].

Політика підтримки фермерів, яка провадиться компанією «Nestlé», реалізується і в Україні. Однією з ініціатив компанії «Nestlé», спрямованих на підтримку та розвиток сільських територій, фермерів і сталого сільського господарства в Україні, є програма «Господар». Мета програми – допомогти українським постачальникам досягнути того рівня розвитку виробництва, який би міг забезпечити відповідність сировини та умов її виготов-

лення стандартам «Nestlé». У довгостроковій перспективі програма націлена на зниження обсягу імпортованої сировини та пакувальних матеріалів для виробничих потужностей «Nestlé» в Україні завдяки використанню місцевих ресурсів. Частка української сировини та пакувальних матеріалів, що використовується фабриками компанії у Львові («Світоч»), на Волині («Волиньхолдинг») та в Харкові («Техноком»), становить 70%. Основна ідея програми «Господар» полягає в тому, що фермери можуть постачати свою сировину безпосередньо на підприємства компанії після належної перевірки їх продукції. Кожен постачальник оцінюється за такими критеріями: вчасність поставок, відповідність за кількістю, рівень партнерських взаємовідносин, готовність постачальника адаптуватися до вимог «Nestlé», інновації, впровадження проектів, що стосуються економії вартості продукції [10].

Ефективність проекту та подальша співпраця багато в чому залежить від самих постачальників сировини, від їхньої готовності активно розвиватись, впроваджувати нові принципи забезпечення контролю якості та безпеки на виробництві. Водночас компанія «Nestlé» в Україні охоче підтримує ці покращення шляхом проведення консультацій, навчань і практичних занять, роз'яснюючи вимоги щодо якості та безпеки харчових продуктів, надаючи іншу технічну підтримку. На базі лабораторій фабрик компанії регулярно відбуваються зустрічі з працівниками відділів якості [11].

Програма «Господар», яка діє в Україні, є чудовим початком у сфері підтримки українських фермерів. Вона має багато можливостей для свого розвитку. Оскільки сільське господарство в Україні відіграє важливу роль, компанія могла б значно розширити перелік продукції, яку вона закуповує у місцевих виробників: фрукти, овочі (картоплю, огірки, помідори тощо), зернові культури, молочну та продукцію тваринництва. Хоча є кілька зауважень. Молочна продукція швидко псується, а в Україні немає підприємств компанії з її виробництва та переробки (крім кондитерського бізнесу, де молочні продукти використовуються в невеликій кількості). Продукти українського молочарства переважно не відповідають санітарним вимогам, які передбачені стандартами компанії. Подібна ситуація і з м'ясними продуктами. Для того, щоб розширити можливості для співпраці між таким гігантом сфери харчування, як «Nestlé», Уряду України потрібно спрямовувати додаткові зусилля на підтримку місцевих виробників у контексті переходу на нові технології та стандарти, які б дозволили виробляти якісну продукцію за вигідними цінами.

Приклад компанії «Nestlé» показує, що для забезпечення належного рівня якості продуктів, які виробляються в компанії, насамперед потрібна належна сировина. Підтримка фермерів компанією свідчить, що бізнес може допомагати розвитку села та його мешканцям і водночас покращувати якість своєї продукції. Дана практика співпраці між виробниками продуктів харчування та постачальниками сільськогосподарських ресурсів є вигірною для обох сторін, її потрібно розвивати і надалі. Принцип такої співпраці подібний до принципу дії технопарків, які підтримують університети та їх студентів для того, щоб у подальшому отримати відповідних спеціалістів. Подібні стратегії доцільно застосовувати не тільки у великому бізнесі, але й у малому та середньому. Звичайно, не можна порівнювати ресурси, якими володіють великі корпорації, з бюджетом невеликих фірм. Проте можна використати загальний принцип співпраці. Переробні підприємства, які співпрацюють з постачальниками сировини, підтримують їх та стимулюють до переходу на ефективніші підходи у веденні сільського господарства, отримують свою перевагу від такої співпраці. Насамперед, це — продукція належної якості, а також стабільне постачання необхідної сировини. На даному прикладі справджується теорія порівняльних переваг Давіда Рікардо. Так, порівняльною перевагою сільськогосподарських виробників будуть продукти сільського господарства, які є сировиною для виробництва продуктів харчування. Порівняльною ж перевагою виробників продуктів харчування є виробничі потужності та мережа збуту готової продукції. Їх співпраця

сприяє взаємному виграшу: для фермерів – стабільному ринку збуту виробленої продукції та доходам, отриманим від їх реалізації, а для підприємців – стабільному постачанню та якості сировини для виробництва відповідних товарів.

Висновки. Підсумовуючи здійснений аналіз, слід зазначити, що сільські території та їх мешканці, зайняті у сільському господарстві, безпосередньо впливають на такий сектор економіки, як виробництво продуктів харчування. Отже, компанії, які є лідерами на світових ринках продовольства, об'єднують свої зусилля для того, щоб підтримати сільськогосподарських виробників, покращити їх рівень життя і в такий спосіб отримати надійних постачальників сільськогосподарської продукції, необхідної для їх виробництва. Така взаємодія є виграшною для всіх учасників ринкових відносин. Так, виробники отримують стабільне постачання якісної сировини, споживачі – якісні продукти харчування, а сільські мешканці, отримують підтримку та стабільні доходи від реалізації власної продукції. Стимулювання співпраці між сільськогосподарськими виробниками та підприємствами переробної галузі промисловості може стати одним з джерел підтримки розвитку села.

Список використаних джерел

1. *Бородіна О.* Сільський розвиток в Україні: проблеми становлення / О. Бородіна, І. Прокопа // Економіка України. – 2009. – № 4. – С. 74–85.
2. *Борщевський В.* Організаційно-економічні механізми інноваційного розвитку сільських територій Карпатського регіону : аналіт. записка [Електронний ресурс] / В. Борщевський. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1182/>.
3. *Важинський Ф.А.* Організаційно-економічні механізми забезпечення розвитку сільських територій [Електронний ресурс] / Ф.А. Важинський, О.С. Молнар // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.5. – С. 223–228. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvnlut_2014_24.5_37.pdf.
4. *Гончаренко І.В.* Теоретичні засади формування механізму забезпечення сталого соціально-економічного розвитку сільських територій [Електронний ресурс] / І.В. Гончаренко, Т.О. Мороз // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. – № 1 (1). – С. 136–141. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znptdau_2013_1_1_18.pdf.
5. *Онищенко О.М.* Сільський розвиток: основи методології та організації / О.М. Онищенко, В.В. Юрчишин // Економіка України. – 2006. – № 10. – С. 4–13.
6. *Павлов О.І.* Сільські території України: функціонально-управлінська модель : моногр. / О.І. Павлов. – Одеса : Астропринт, 2009. – 344 с.
7. Sustainable Agriculture Initiative Platform [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.saiplatform.org/about-us/who-we-are-2>.
8. Nestlé. About us [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nestle.com/aboutus>.
9. Nestlé in society. Creating Shared Value and meeting our commitments 2014. Full report [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://storage.nestle.com/nestle-society-full-2014/files/assets/common/downloads/publication.pdf>.
10. Розвиток сільського господарства. Програма «Господар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nestle.ua/csv/rural-development-responsible-sourcing/gospodar-plan>.
11. Nestlé запрошує до співробітництва місцевих постачальників сировини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.agroperspectiva.com/ru/press_release/7240.

References

1. Borodina O., Prokopa I. *Sil's'kyi rozvytok v Ukraini: problemy stanovlennya* [Rural development in Ukraine: problems of establishment]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 2009, No. 4, pp. 74–85 [in Ukrainian]
2. Borshchev's'kyi V. *Organizatsiino-ekonomichni mekhanizmy innovatsiinogo rozvytku sil's'kykh terytorii Karpats'kogo regionu. Analitychna zapyska* [Organizational-economic mechanisms of innovative development of Carpathian region rural areas: Analytical note]. *Natsional'nyi instytut strategichnykh doslidzhen' pry prezidentovi Ukrainy – The National Institute for Strategic Studies*, available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/1182/> [in Ukrainian]
3. Vazhyns'kyi F.A., Molnar O.S. *Organizatsiino-ekonomichni mekhanizmy zabezpechennya rozvytku sil's'kykh terytorii* [Organizational-economic mechanisms of ensuring the development of rural areas]. *Naukovii visnyk NLTU Ukrainy – Scientific Bulletin of UNFU*, 2014, No. 24.5, pp. 223–228, available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvntu_2014_24.5_37.pdf [in Ukrainian]
4. Goncharenko I.V., Moroz T.O. *Teoretychni zasady formuvannia mekhanizmu zabezpechennya stalogo sotsial'no-ekonomichnogo rozvytku sil's'kykh terytorii* [Theoretical basis of the mechanism formation to ensure the sustainable socio-economic development of rural areas]. *Zbirnyk naukovykh prats' Tavriys'kogo derzhavnogo agrotekhnologichnogo universytetu (ekonomichni nauky) – Collection of scientific papers of Tavria State Agrotechnological University (economic sciences)*, 2013, No. 1 (1), pp. 136–141, available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znptdau_2013_1_1_18.pdf [in Ukrainian]
5. Onyshchenko O.M., Yurchyshyn V.V. *Sil's'kyi rozvytok: osnovy metodologii ta organizatsii* [Rural development: basis of methodology and organization]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 2006, No. 10, pp. 4–13 [in Ukrainian]
6. Pavlov O.I. *Sil's'ki terytorii Ukrainy: funktsional'no-upravlins'ka model': monografiya* [Rural areas of Ukraine: functional and managerial model: monograph]. *Odessa, Astroprint*, 2009, 344 p. [in Ukrainian]
7. Sustainable Agriculture Initiative Platform, available at: <http://www.saiplatform.org/about-us/who-we-are-2>
8. Nestle. About us, available at: <http://www.nestle.com/aboutus>
9. Nestlé in society. Creating Shared Value and meeting our commitments 2014. Full report, available at: <http://storage.nestle.com/nestle-society-full-2014/files/assets/common/downloads/publication.pdf>
10. *Rozvytok sil's'kogo gospodarstva. Programa «Gospodar»* [Development of agriculture. Program «Hospodar»], available at: <http://www.nestle.ua/csv/rural-development-responsible-sourcing/gospodar-plan> [in Ukrainian]
11. *Nestlé zaproshuye do spivrobimystva mistsevykh postachal'nykiv syrovyny* [Nestlé invites local suppliers of raw materials to cooperate], available at: http://www.agroperspectiva.com/ru/press_release/7240 [in Ukrainian]

Отримано 06.08.15

Лесив М.М., аспирант кафедры международных экономических отношений Львовского национального университета имени Ивана Франко

ВЛИЯНИЕ БИЗНЕСА НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ: ПРИМЕР «NESTLÉ»

Исследованы особенности взаимодействия между сельскохозяйственными производителями, а также между производителями и потребителями продуктов питания. Осуществлена оценка влияния такого взаимодействия на развитие села и благосостояние его жителей. На основании теории сравнительных преимуществ определены выигрыши от сотрудничества между фермерами и предпринимателями-переработчиками. На примере компании «Nestlé» проанализированы механизмы поддержки сельскохозяйственных производителей крупными корпорациями в области питания.

Ключевые слова: развитие сельских территорий, сельскохозяйственные производители, производители продуктов питания, потребители, сравнительное преимущество, выигрыши, спрос, предложение, производственная кривая, качество, производственные мощности, финансовая помощь, устойчивое сельское хозяйство, «Nestlé», поддержка фермеров.

Lesiv M.M., Postgraduate student, department of International Economic Relations, Ivan Franko National University of Lviv

THE INFLUENCE OF BUSINESS ON RURAL AREAS ECONOMIC DEVELOPMENT: THE «NESTLÉ» CASE

The article dwells upon the analysis of the interactions peculiarities between agricultural producers, food manufacturers and food products consumers. Evaluation of influence of the aforementioned interaction on rural development and rural citizens welfare has been performed. Based on the comparative advantages theory there have been identified the cooperation benefits between farmers and processors. By the example of the «Nestlé» company, the analysis of the support mechanisms to agricultural producers provided by big corporations in the sphere of nutrition has been performed.

Keywords: rural development, agricultural producers, food manufacturers, consumers, comparative advantage, benefit, demand, supply, production curve, quality, production capacity, financial assistance, sustainable agriculture, «Nestlé», support to farmers.