

EKOLOGIŠKO PIENO GAMYBOS KOOPERATYVO VEIKLOS VERTINIMO REZULTATAI

Virgilijus Skulskis¹, Vilija Girgždienė², Deiva Mikelionytė³

¹ *Scientific worker dr. Lithuanian Institute of Agrarian Economics. V. Kudirkos str. 18-2, LT-03105, Vilnius. Tel. +370 5 261 8147. E-mail virgilijus.skulskis@laei.lt*

² *Researcher. E-mail vilija.girgzdiene@laei.lt*

³ *Researcher. E-mail deiva.mikelionyte@laei.lt*

© Aleksandras Stulginskis University, © Lithuanian Institute of Agrarian Economics

Įteikta 2014 05 08; priimta 2014 05 26

Lietuvos pieno ūkyje vyrauja smulkūs ir vidutiniai pieno gamintojai. Viena iš priemonių, galinčių pagerinti jų veiklos sąlygas ir rezultatus, yra kooperacija. Straipsnio tikslas – išanalizavus ekologiško pieno gamybos kooperatyvo narių vertinimus dėl kooperatyvo veiklos, pateikti rekomendacijas, kokia linkme turėtų vystytis ekologinės gamybos specializacijos kooperatyvai. Anketinė apklausa parodė, kad respondentai teigiamai vertina kooperatyvo veiklą, o kooperatyvo prestižas visiems jo nariams yra ypač svarbus. Investicijos ir finansinis kooperatyvo patikimumas vertinami kaip svarbūs veiksniai sėkmingai plėtoti ekologinę gamybą. Nemaža dalis respondentų pageidautų iš kooperatyvo platesnio spektro paslaugų, ypač padėti apsirūpinti pigesniais ištekliais.

Raktiniai žodžiai: ekologiško pieno gamyba, kooperatyvas, kooperatyvo narys, veiklos vertinimas.

JEL kodai: Q13, Q57, O13.

1. Įvadas

Ekologinis ūkininkavimas padeda spręsti gamtosaugines ir užimtumo problemas, suteikia gyventojams galimybę sveikai maitintis ir taip prisideda prie tvarios žemės ūkio plėtros. Lietuvos pienininkystėje ekologiško pieno gamyba ir pardavimas auga. 2013 metais ekologiško pieno supirka 73 proc. daugiau negu 2010-aisiais, tačiau tai tesudarė 1,4 proc. bendro supirkto pieno kiekio (Ekologiškų..., 2014; Pieno..., 2014). Lietuvoje tiek ekologiško, tiek neekologiško pieno gamyboje vyrauja smulkūs ūkiai (2013 metų pabaigoje vidutinis pieno ūkis tesiekė 4,8 karvės), tačiau smulkių ir vidutinių pieno ūkių, turinčių iki 20 karvių, skaičius sparčiai mažėja (Mikelionytė, 2013). Susikoperavę pieno gamintojai gali pastebimai pagerinti savo ūkių veiklos rezultatus. Lietuvoje susidariusioje oligopsoninėje pieno rinkoje smulkūs ir vidutiniai ūkiai už savo produkciją gauna apie ketvirtadaliu mažesnę kainą nei stambieji (apskaičiuota pagal (Lietuvos..., 2014) duomenis). Tad susikoperavę smulkūs ir vidutiniai pieno gamintojai, pristatydami didelį pieno kiekį, gali gauti aukštesnę kainą nei pavieniui. Taip pat atsiveria galimybės perdirbti savo pagamintą produkciją ir gauti didesnę pelną, sutaupyti apsirūpinant pigesniais ištekliais ir pan. Iš kitos pusės, kooperacija, padėdama išsaugoti smulkius ir vidutinius ūkius, tuo pačiu išlaiko žmones kaime, mažina pajamų diferenciaciją, nedarbą, atskirtį, sudaro

papildomas prielaidas bendruomenių veiklai, o tai palaiko tvarią kaimo plėtrą, stiprina ir ekologiškų maisto produktų vidutinę tiekimo grandinę.¹

Tyrimo tikslas – išanalizavus ekologiško pieno gamybos kooperatyvo narių vertinimus apie kooperatyvo veiklą, pateikti rekomendacijas, kokia linkme turėtų vystytis šios specializacijos kooperatyvai.

Tyrimo objektas – pieno gamybos kooperatyvo „Eko Žemaitija“ veikla. Kooperatyvas veikia nuo 2006 metų, jo nariai – ekologinę gamybą vystantys ūkininkai, daugiausia orientuoti į ekologiško pieno gamybą. 2012 metais kooperatyvas pradėjo perdirbti ekologišką pieną ir gaminti iš jo ekologiškus produktus, nors didžioji dalis ekologiško pieno parduodama kaip žaliava pieno perdirbimo įmonei.

Tyrimo metodika. Tyrime buvo naudojami mokslinės literatūros analizės ir sintezės, anketinės apklausos, duomenų analizės ir grafinio vaizdavimo metodai.

Atlikus mokslinės literatūros analizę, buvo parengta anketa vadovaujantis socialiniams tyrimams pritaikyta metodika ir rekomendacijomis (Tidikis, 2003). Anketa sudarė 16 klausimų, iš kurių 9 skirti kooperatyvo veiklos vertinimui išsiaiškinti, stiprintinas veiklos sritis bei jo narių motyvacijai jungtis į kooperatyvą identifikuoti; 3 klausimai, apibūdinantys kooperatyvo narių valdomus ūkius ir 4 socialiniai-demografiniai. 12 klausimų buvo uždari ir 4 – numatyta ir atviro atsakymo galimybė, 14 klausimų buvo alternatyviniai ir 2 – nealternatyviniai daugiavariančiai.

Anketinė apklausa buvo atlikta 2013 m. lapkričio mėn., joje dalyvavo 37 iš 47 kooperatyvo narių, arba 79 proc. 58 proc. iš jų buvo vyrai ir 42 proc. – moterys. Pagal laikomų karvių skaičių didžiausią respondentų dalį sudarė laikantys 11–20 karvių (36 proc.), iki 10 karvių (25 proc.) ir 21–40 karvių (19,5 proc.). Apklausti kooperatyvo nariai turi ekologinio gamybos būdo patirties: beveik pusės (49 proc.) respondentų ūkininkavimo ekologiškai patirtis – 8 ir daugiau metų, daugiau kaip trečdalis (35 proc.) – 5–7 metai. Pagal amžiaus grupes daugiausia atsakiusių į klausimus respondentų buvo 51–60 metų grupėje (33 proc.), 41–50 metų – 24 proc., 31–40 metų ir 61 metų ir vyresnių grupėse – po 16 proc., mažiausia – jauniausioje grupėje (iki 30 m.) – 11 proc. Daugiau kaip pusė (51 proc.) respondentų turėjo profesinį–techninį išsilavinimą, beveik trečdalis (32 proc.) – aukštąjį, po 8 proc. – pagrindinį ir vidurinį išsilavinimą.

Respondentų atsakymams įvertinti buvo naudojamos ranginė, intervalinė ir nominalinė skalės.

2. Teorinės tyrimo prielaidos

M. Schermer (2004) vadovaujama mokslininkų grupė, tyrinėdama ekologiškų žemės ūkio produktų gamintojų marketingo iniciatyvas, atliko 4 šalyse (Austrijoje, Didžiojoje Britanijoje, Italijoje, Prancūzijoje) esančių kooperatyvų lyginamąją analizę, apklausdami jo narius interviu būdu. Kooperatyvas Austrijoje specializavosi ekologiško pieno ir jo produktų gamyboje, kooperatyvo nariai aktyviai dalyvavo

¹ Tyrimas atliktas įgyvendinant tarptautinį projektą „Nuoseklus augimas: nuo nišinio produkto iki didelių apimčių su integralumu ir pasitikėjimu“ („HealthyGrowth“).

veikloje (tiekiant pieną, parduodant bei pristatant produktus pirkėjams ir t. t.), savo veiklą ūkyje stipriai tapatino su kooperatyvo veikla. Teigiamą įtaką sparčiam kooperatyvo augimui turėjo ir ES teikiama parama, į ją įsiliejo vis daugiau naujų narių, kurių poreikiai iš dalies skyrėsi, tad teko tikslinti kooperatyvo veiklos strategiją (Schermer, 2004).

G. Pečiuliauskas ir J. Paunksnienė (2005), analizuodami ekonominės veiklos kooperaciją, pažymėjo, kad kooperatyvų skaičius netenkina šalies ūkio subjektų, ypač smulkiųjų ūkininkų, poreikių; siekiant sukurti efektyvų ir konkurencingą žemės ūkio sektorių, orientuotą į rinką, reikėtų, kad Lietuvoje susikoooperuotų didžioji dalis žemės ūkio produkcijos gamintojų. A. Svetikas (2008), tyrinėdamas kooperacijos procesus istoriniu aspektu ir užsienio patirties panaudojimo šalyje galimybes, apibendrina, kad kooperatinę veiklą plačiausiai ir sėkmingiausiai plėtoja ūkininkai, taip pat pasiūlė remtis Skandinavijos šalių pavyzdžiu, siekiant kooperacijos plėtros Lietuvoje.

L. Pareigienė ir E. Ribašauskienė (2008), siekdamos išsiaiškinti kooperacijos plėtros procesus, tiksline tyrimo grupe pasirinko žemės ūkio kooperatinių bendrovių (kooperatyvų) vadovus ir 33 jų apklausė. Tyrimo rezultatai parodė, kad pusė respondentų pabrėžė savitarpio pagalbos reikšmę, 45,7 proc. nurodė, kad kooperatyvo narių produkcija parduodama aukštesnėmis kainomis, 41,3 proc. – agroserviso sektoriaus kooperatyvų nariai gavo pigesnes paslaugas, kiek mažesnė respondentų dalis (34,8 proc.) pabrėžė, kad žemesnėmis kainomis pirkė reikalingus išteklius (Pareigienė, 2008).

V. Vazonis ir R. Danilevičė (2008), analizuodami pieno gamintojų kooperaciją, 2008 m. sausio mėnesį atliko kooperatyvo „Pieno gėlė“ narių apklausą (122 respondentai). Tyrimo metu siekta išsiaiškinti stojimo į kooperatyvą priežastis: kaip labai reikšmingas priežastis respondentai nurodė norą išvengti tarpininkų (97 proc.) ir aukštus gamybos kaštus (49 proc.). Minėti tyrėjai padarė išvadą, kad narystė kooperatyve didina ūkių pajamas, nes narių produkcija parduodama aukštesnėmis kainomis nei kitų pieno gamintojų, mažesnėmis kainomis apsirūpinama ištekliais. Kooperatyvo nariai bendros veiklos teikiamą naudą pripažįsta kaip itin reikšmingą (Vazonis, 2008).

L. Y. Xiang ir J. Sumelius (2010), nagrinėję Suomijos Valio grupės pieno kooperatyvų narių nuostatas dėl dalyvavimo kooperatyvų valdyme, anketų būdu apklausė 200 narių ir padarė išvadą, kad kooperatyvų narių psichologiniai veiksniai yra svarbesni nei ekonominiai, skatinantys dalyvauti valdymo procesuose, o valdymo personalas turi skirti pakankamą dėmesį narių požiūriams ir poreikiams, kadangi pasitikėjimas lemia jų dalyvavimą kooperatyvo veikloje.

A. Gargasas, A. Bakaitė ir J. Ramanauskas (2010), tyrinėdami žaliavinio pieno kooperatyvų transportavimo sistemos tobulinimo galimybes, 2008–2009 m. apklausė kooperatyvų narius (211 respondentų), kurių absoliuti dauguma (94 proc.) – smulkūs gamintojai, pagaminantys iki 500 kg pieno per dieną. Autoriai padarė išvadą, kad dauguma (net 93 proc.) kooperatyvų, turinčių nuosavą transportą, narių pieno transportavimo sistemą vertino labai gerai ar gerai. Tik 47 proc. pieno gamintojų,

kurių pieną surenka perdirbėjas, ją vertino labai gerai ar gerai ir net 18 proc. šią sistemą vertino blogai (Gargasas, 2010).

C. Steinlechner ir M. Schermer (2010), nagrinėdami ekologiško pieno produktų tiekimo grandinės tvarumą Austrijos Tirolio regione, kuriame dominavo nedideli pieno kooperatyvai, pastebėjo, kad ūkininkai dalyvavimą kooperatyvo veiklose suvokė kaip savo verslą, kai kurie jų atkreipė dėmesį į mažų kooperatyvų pastangas teikiant informaciją ir palaikymą plėtojant savo tiesioginę veiklą.

G. Kuliešis ir L. Pareigienė (2010), atlikdami motyvacijos kooperuotis analizę, pasirinko dvi tikslines grupes – ūkininkus, dalyvaujančius kooperacijoje, ir ūkininkus, kurie nepriklausė žemės ūkio kooperatyvams. Pagrindine priežastimi, paskatinusia tapti nariu, buvo nurodyta didesnė kaina už parduodamą produkciją (72,2 proc. respondentų). 38,9 proc. respondentų svarbiomis priežastimis įvardijo galimybę naudotis pigesnėmis paslaugomis bei esamų kooperatyvo narių kvietimą jais tapti. Vertinant gaunamą naudą, pirmoje vietoje atsidūrė geresnės produkcijos realizavimo sąlygos – 80,6 proc. respondentų, 50 proc. nurodė didesnę kainą už parduodamą produkciją, 44,4 proc. – užtikrinimą, kad produkcija bus supirkta. Gauti rezultatai glaudžiai koreliuoja su motyvaciniais veiksniais kooperuotis, o tai leido autoriams teigti, kad žemės ūkio kooperatyvo veikla pateisino ekonominius narių lūkesčius, paskatinusius kooperuotis, o kooperatyvuose vykdoma veikla atitinka kooperacijos esmę – teikti naudą kooperatyvo nariams (Kuliešis, 2010).

P. Ollila (2012) vadovaujama tyrėjų grupė nagrinėjo Suomijos ūkininkų–kooperatyvų narių nuostatas, atlikdami dideles anketines apklausas (per 900 respondentų) bei taikydami klasterinę analizę, ir išskyrė dvi kooperatyvų narių grupes: „besilaikančius tradicinių kooperacijos vertybių“ ir „orientuotus į verslą“. Pirmosios grupės (joje dominuoja pieno gamintojai) nariai ne kooperatyvų narius supranta kaip konkurentus, jie labiau pasitiki kooperatyvais. Antrosios grupės nariai konkurentais mato netoliese dirbančius ūkininkus, jie ženkliai aktyvesni, siekdami parduoti savo produktus (Ollila et al., 2012).

J. Ramanauskas (2013), analizuodamas kooperatinės veiklos ypatumus pastaruoju metu, konstatuoja, kad kooperatyvų užimama žemės ūkio produkcijos rinkos dalis maža, tik pieno gamintojai parduoda per savo surinkimo ir perdirbimo kooperatyvus apie 30 proc. produkcijos.

M. Schermer ir C. Furtschegger (2013), tyrinėdami, kaip ekologiškų produktų tiekimo grandinės dalyviai vertina vartotojų lūkesčius, pažymi, kad ūkininkai, būdami nedidelio pieno kooperatyvo nariais, jaučiasi bendraturčiais bei daro išvadą, kad šiuos pojūčius ypač sustiprina jų pagaminti produktai prekybos centrų lentynose.

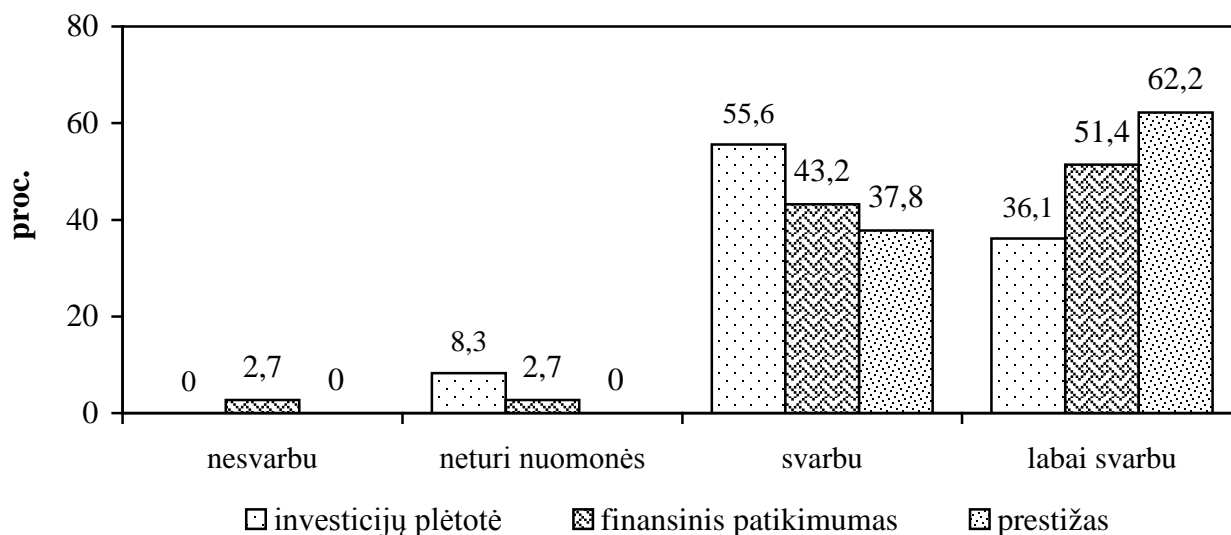
P. Nicholas, S. Mandolesi, S. Naspetti ir R. Zanolini (2014), kokybiniu požiūriu tyrinėdami inovacijas, skatinančias padidinti darnią veiklą mažų išlaidų ir ekologiško pieno tiekimo grandinėje Belgijoje, Italijoje, Jungtinėje Karalystėje ir Suomijoje, pažymėjo, kad tokia inovacija turėtų būti priimtina visiems grandinės dalyviams, t. y. gamintojams, perdirbėjams, pardavėjams ir vartotojams. Minėti mokslininkai padarė išvadą, kad siekiant pagerinti tiekimo grandinės tvarumą, reikėtų kurti inovacijas, gerinančias gyvūnų gerovę, ir gerinti pašarų kokybę, siekiant sumažinti perkamų koncentruotų pašarų poreikį (Nicholas et al., 2014).

Galima apibendrinti, kad kooperacijos privalumus, naudą ir problemas nagrinėjo daugelis tyrėjų, tačiau Lietuvoje iki šiol nebuvo nagrinėta ekologiško pieno kooperatyvo narių motyvacija dalyvauti jame, tokios specializacijos kooperatyvo nariai nėra vertinę veiklos apklausos būdu, ir nebuvo analizuota, kokios veiklos turėtų būti stiprinamos ar kokios papildomos paslaugos galėtų būti teikiamos savo nariams.

3. Tyrimo rezultatai

Atlikto tyrimo metu nustatyta, kad ekologiškai ūkininkaujančių ūkininkų pagrindinė motyvacijos jungtis į kooperatyvą priežastis – geresnės galimybės derėtis su perdirbėjais dėl aukštesnių superkamo ekologiško pieno kainų. Ją įvardijo net 64,9 proc. respondentų. Daugiau kaip pusė (51,4 proc.) ūkininkų kaip antrą svarbų motyvą pažymėjo atsiradusią ekologiško pieno pasiūlą. Galimybė naudotis ir kitomis kooperatyvo teikiamomis paslaugomis svarbi 16,2 proc. respondentų. Jungtis į kooperatyvą skatino ir žemai pagal kokybinius parametrus įvertinama superkamo ekologiško pieno kokybė bei dideli pieno gamybos kaštai. Šias priežastis pažymėjo po 8,1 proc. respondentų.

Dauguma kooperatyvo „Eko Žemaitija“ narių mano, kad investicijos ir finansinis patikimumas yra labai svarbūs (atitinkamai 43,2 proc. ir 51,4 proc.) arba svarbūs (atitinkamai 55,6 proc. ir 36,1 proc.) veiksniai sėkmingai plėtoti ekologiško pieno gamybą ir perdirbimą kooperatyve. Visų respondentų nuomone, kooperatyvo prestižas yra labai svarbus ir svarbus (atitinkamai 62,2 proc. ir 37,8 proc.), o tai leidžia iš dalies daryti prielaidą apie kooperatyvo narių tapatinimąsi su kooperatyvu (1 pav.).



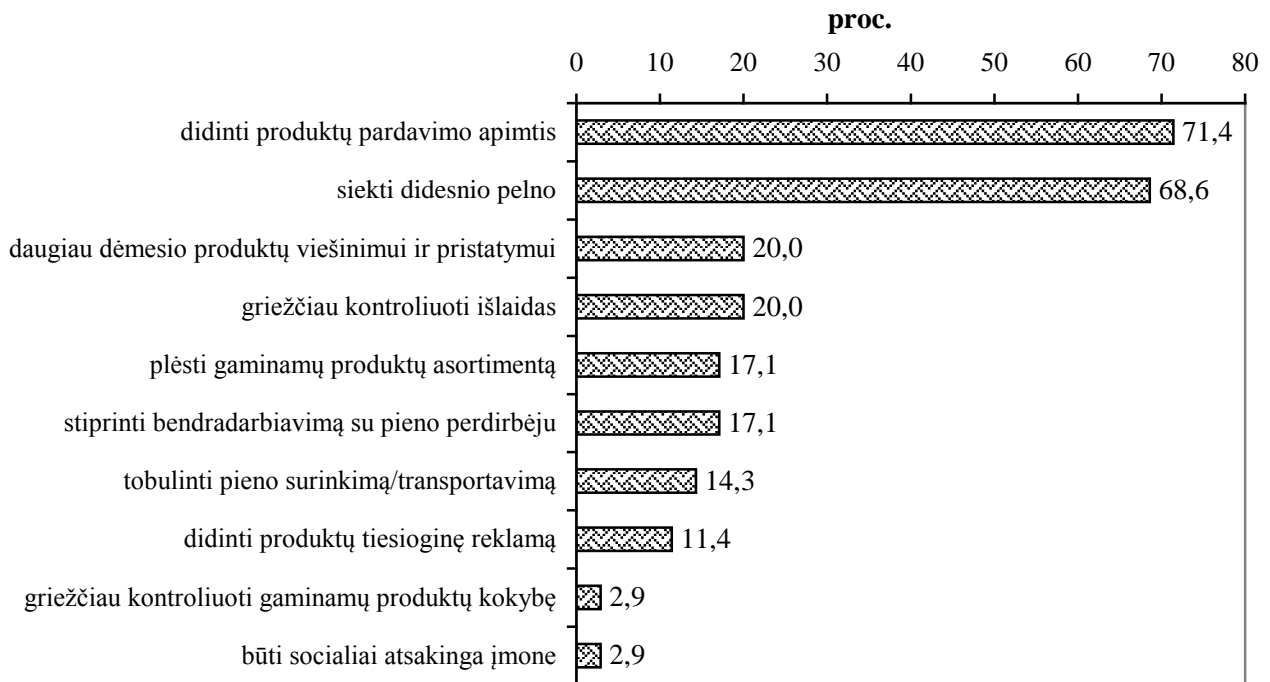
1 pav. Kooperatyvo investicijų plėtotės, finansinio patikimumo ir prestižo svarba jo nariams

Kooperatyvo prestižo svarba nariams auga pagal ūkininkavimo ekologiškai laikotarpi: kuo jis ilgesnis, tuo svarbiau išlaikyti prestižą. Ūkininkaujantys ekologiškai 8 metus ir ilgiau jį vertina labiausiai. Nagrinėjant prestižo svarbą pagal

respondentų išsilavinimo lygį ir amžių, galima teigti, kad jis svarbiausias įgijusiems profesinį (51,4 proc.) ir aukštąjį (32,4 proc.) išsilavinimą bei 50–60 metų (32,4 proc.) ir 40–50 metų (24,3 proc.) respondentams.

Dauguma kooperatyvo „Eko Žemaitija“ narių yra labai patenkinti ir patenkinti parduodamo ekologiško pieno kaina (80,6 proc.), tačiau beveik penktadalis (19,4 proc.) respondentų ji netenkina. Pieno kokybės nustatymu labai patenkinti ir patenkinti net 94,4 proc. atsakiusiųjų. Visi respondentai patenkinti arba labai patenkinti atsiskaitymo už parduotą pieną terminais (atitinkamai 77,8 proc. ir 22,2 proc.) ir pieno paėmimo iš ūkio tvarka (atitinkamai 58,3 proc. ir 41,7 proc.). Ekologiško pieno surinkimas iš ūkių – labai svarbi sąlyga, užtikrinanti ekologiško pieno kokybės išsaugojimą iki jo atvežimo į perdirbimo įmonę.

Ūkininkai dabartiniu metu savo kooperatyvo veiklą vertina kaip labai aktyvią (18,9 proc. respondentų), aktyvią (56,8 proc.) ar pakankamą (18,9 proc.). Nepaisant teigiamo kooperatyvo veiklos vertinimo, respondentai akcentuoja veiklos sritis, kurios kooperatyve turėtų būti stiprinamos (2 pav.).

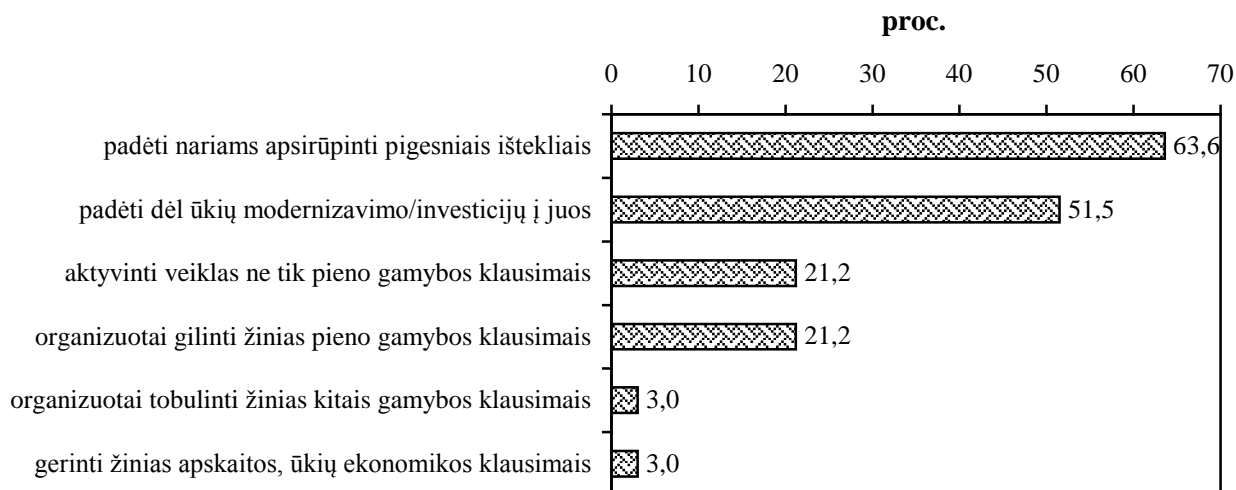


2 pav. Veiklos, kurias turėtų stiprinti kooperatyvas

Kooperatyvo narių požiūriu svarbiausia yra didinti produktų pardavimo apimtį (71,4 proc. atsakiusiųjų) ir siekti didesnio pelno (68,6 proc.). Kitos svarbios veiklos, kurias reikėtų stiprinti, yra šios: skirti daugiau dėmesio produktams viešinti ir pristatyti bei griežčiau kontroliuoti išlaidas (po 20 proc. atsakiusiųjų), plėsti gaminamų produktų asortimentą ir stiprinti bendradarbiavimą su pieno perdirbėjais (po 17,1 proc.). Kitos veiklos ekologiškai ūkininkaujantiems atrodo mažiau svarbios.

55,6 proc. respondentų nejaučia poreikio jungtis į kitokios specializacijos kooperatyvus, tačiau trečdalis jų tokį poreikį turi: 13,9 proc. norėtų jungtis, 19,4 proc. – iš dalies. Į kitus kooperatyvus dažniau jungtųsi stambesni ūkininkai, turintys didesnius nei 61 ha ūkius.

Kooperatyvo pagrindinė veikla – ekologiško pieno ir pieno produktų gamyba, tačiau respondentai norėtų gauti ir papildomų paslaugų (3 pav.).



3 pav. Pageidaujamos papildomos paslaugos

Kooperatyvas galėtų daugiau padėti apsirūpinant pigesniais ištekliais (63,6 proc. atsakiusiųjų), padėti nariams dėl ūkių modernizavimo ar investicijų į juos (51,5 proc.), aktyvinti gamybines veiklas ne tik pieno gamybos klausimais, organizuotai padėtų gilinti žinias pieno gamybos klausimais (po 21,2 proc.). Kitos paslaugos nėra aktualios. Taigi kooperatyvo „Eko Žemaitija“ vadovybei tikslinga rekomenduoti plėtoti minėtas teikiamas paslaugas ir jų spektrą savo nariams.

Plėtojant kooperatyvo veiklą, skatinimas laikyti daugiau karvių, pieno supirkimas iš ne kooperatyvo narių ar naujų narių priėmimas į kooperatyvą leistų tiekti perdirbėjui ar perdirbti kooperatyve didesnę ekologiško pieno kiekį. Kooperatyvo nariams variantai skatinti narius laikyti daugiau karvių ir priimti į kooperatyvą naujus narius yra priimtinesni, tam pritaria ir visiškai pritaria atitinkamai 75,0 proc. ir 94,6 proc. respondentų. Mintis didinti ekologiško pieno kiekį, superkant jį iš ne kooperatyvo narių, yra mažiau patraukli, tam pritaria 45,7 proc. ir visiškai pritaria tik 8,6 proc. atsakiusiųjų. Todėl kooperatyvo vadovybei, perkant ekologišką pieną ne iš kooperatyvo narių, galima rekomenduoti ilgesnį laikotarpį atidžiau stebėti tokių ūkių veiklą ir jų parduodamo pieno kokybę.

Per 1–2 metų laikotarpį daugiau nei pusė (54,1 proc.) visų respondentų planuoja didinti pieno gamybą iki 10 proc., daugiau penktadalis (21,6 proc.) – iki 20 proc., 2,7 proc. – 20–30 proc. ir 5,4 proc. – daugiau kaip 30 proc. Nė vienas jų negalvoja apie pieno gamybos mažinimą, todėl tikėtina, kad artimiausiu metu ekologiško pieno gamyba kooperatyve augs.

4. Išvados

1. Stiprėjant globalizacijai, kooperacija kaip būdas išlikti ir stiprinti tvarią žemės ūkio plėtrą tampa būtinybe ne tik smulkiems, bet ir vidutiniams žemės ūkio produkcijos gamintojams. Lietuvoje kooperacija apima dar nedidelę tokios produkcijos gamintojų dalį, kiek labiau kooperuoti yra tik pieno gamintojai.

2. Pagrindinis kooperatyvo „Eko Žemaitija“ narių jungimosi bendrai veiklai motyvas yra ekonominis – geresnės galimybės derėtis dėl superkamo ekologiško pieno kainų. Daugiau nei pusei respondentų ne mažiau svarbus motyvas – atsiradusi ekologiško pieno pasiūla.

3. Ekologiško pieno gamintojai pasitiki savo kooperatyvu ir yra patenkinti jo veikla, nors ir mato stiprintinas veiklas, o kooperatyvo prestižas yra labai svarbus visiems respondentams.

4. 91,7 proc. kooperatyvo „Eko Žemaitija“ respondentų laiko svarbia ar labai svarbia kooperatyvo investicijų pieno perdirbimui plėtotę, trečdalis jaučia poreikį jungtis į kitus kooperatyvus, nes pastaruoju metu neteikiamos kai kurios jiems reikalingos paslaugos, ypač pagalba apsirūpinant pigesniais ištekliais. Tad ekologinės gamybos specializacijos kooperatyvai savo veikloje turėtų orientuotis į platesnį spektrą kooperatyvo nariams teikiamų paslaugų.

Literatūra

1. Ekologiškų produktų sektorius. Vidaus rinka. (Žemės ūkio ir maisto produktų rinkos informacinė sistema). – <http://www.vic.lt/?mid=457&limit=20&offset=20> [2014 04 16].

2. Gargasas, A., Bakaitė, A., Ramanauskas, J. (2010). Žaliavinio pieno kooperatyvų transportavimo sistemos tobulinimas // Management theory and studies for rural business and infrastructure development, Nr. 3 (22): 58–65.

3. Kuliešis, G., Pareigienė, L. (2010). Nuostatų kooperuoti vertinimas // Management theory and studies for rural business and infrastructure development, Nr. 5 (24): 108–115.

4. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministerija (Naujienos. Vidutinės natūralaus pieno supirkimo kainos kovo mėn.). – <http://www.zum.lt/index.php?-71717009> [2014 04 16].

5. Mikelionytė D. (2013). Pienas // Lietuvos žemės ir maisto ūkis 2012. Vilnius: Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas. – P. 94–106.

6. Nicholas, P., Mandolesi, S., Naspetti, S., Zanolli, R. (2014). Innovations in low input and organic dairy supply chains – What is acceptable in Europe? // Journal of Dairy Science, Vol. 97 (2): 1157–1167.

7. Ollila, P., Nilsson, J., von Brömssen, C. (2012). Characteristics of Membership in Agricultural Cooperatives, in Proceedings of International Conference "Cooperative Responses and Global Challenges", 21–23 March 2012, Humbolt University, Berlin, Germany.

8. Pareigienė, L., Ribašauskienė, E. (2008). Kooperacijos plėtros vertinimas // Management theory and studies for rural business and infrastructure development, Nr. 1 (12): 122–128.

10. Pečiuliauskas, G., Paunksnienė, J. (2005). Ekonominės veiklos kooperacija // Lietuvos kaimo raida. Vilnius: Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas. – P. 56–62.

11. Pieno sektorius. Vidaus rinka. (Žemės ūkio ir maisto produktų rinkos informacinė sistema). – <http://www.vic.lt/?mid=348&id=14618> [2014 04 16].

12. Ramanauskas, J. (2013). Šiuolaikiniai kooperatinės veiklos ypatumai // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, Nr. 65: 95–108.

13. Schermer, M., Krenn, K., Gleirscher, N., Fuchs, L., Kempf, R., Waldner, H. (2004). Biobauern Sulzberg in the Vorarlberg province of Austria, in Midmore et al. (Eds.), Organic

Producer Initiatives and Rural Development: Four European Case Studies, School of Management and Business University of Wales Aberystwyth, United Kingdom. – P. 21–58.

14. Schermer, M., Furtschegger, C. (2013). Value based supply chains to meet the expectations of organic consumers – a case study from Austria. Paper at: XXV ESRS Congress, Florence, Italy, 29 July–1 August 2013. – <http://orgprints.org/25181/7/25181.pdf> [2014 03 26]

15. Steinlechner, C., Schermer, M. (2010). The configuration of social sustainability within an organic dairy supply chain. 9th European IFSA Symposium, 4–7 July 2010, Vienna, Austria. – P. 1812–1821.

16. Svetikas, A. (2008). Nacionalinė kooperacija ir užsienio šalių patirtis // Tiltai, Nr. 1: 71–81.

17. Tidikis, R. (2003). Socialinių tyrimų metodologija. – Vilnius: Lietuvos teisės universiteto leidykla. 628 p.

18. Xiang, L. Y., Sumelius, J. (2010). Analysis of the Factors of Farmers' Participation in the Management of Cooperatives in Finland // Journal of Rural Cooperation, 38 (2): 134–155.

19. Vazonis, V., Danilevičė, R. (2008). Pieno gamintojų jungimosi į kooperatyvus konkurenciniai pranašumai // Management theory and studies for rural business and infrastructure development, Nr. 2 (13): 181–186.

PERFORMANCE EVALUATION RESULTS OF THE ORGANIC DAIRY COOPERATIVE

Virgilijus Skulskis, Vilija Girgždienė, Deiva Mikelionytė

Lithuanian Institute of Agrarian Economics

Received 08 05 2014; accepted 26 05 2014

Summary

The Lithuanian dairy sector is dominated by small and medium-sized milk producers. Cooperation is one of the means that could improve conditions and results of their activity. The purpose of the paper is to analyse the opinion of members of organic dairy cooperative on its performance and to propose recommendations for the development of organic cooperatives. A questionnaire-based survey shows that the respondents positively evaluate cooperative performance, and the prestige of the cooperative is very important to all members. Investments and financial stability of the cooperative are important factors for the successful development of organic production. A significant share of the respondents would prefer a broader range of services provided by the cooperative.

Keywords: organic milk production, cooperative, cooperative member, performance evaluation.

JEL codes: Q13, Q57, O13.