

Економіка: проблеми теорії та практики

Збірник наукових праць

Випуск 53

ДНУ
Дніпропетровськ
2000

Дніпропетровський національний університет

Економіка: проблеми теорії та практики

Збірник наукових праць

Випуск 53

ДНУ
Дніпропетровськ
2000

УДК 336
ББК 65.01
Е 45

Друкується відповідно постанови Вченої Ради Дніпропетровського національного університету.

Головний редактор:

доктор економічних наук, професор Покотілов Анатолій Антонович.

Редакційна колегія:

д.ф-м.н. Смірнов С.О., д.е.н. Ткаченко В.А., д.т.н. Марюта О.М.,
д.с.п. Сазонець І.Л., д.е.н. Попкова Л.В., д.е.н. Ковальов О.В.,
д.е.н. Берсуцький Я.Г., д.т.н. Морозов Ю.Д., д.е.н. Драгун Л.М.,
д.е.н. Галушко О.С., д.т.н. Тяг Р.Б., к.е.н. Коршунов В.І.,
д.е.н. Дорофієнко В.В.

Рецензенти:

Г.М.Биков, доктор економічних наук, професор Українського державного хіміко-технологічного університету;

Г.О. Крамаренко, доктор економічних наук, доцент Дніпропетровської академії управління, бізнесу і права.

Е 45 **Економіка: проблеми теорії та практики.** Збірник наукових праць.
Випуск 53. - Дніпропетровськ: ДНУ, 2000. - 95 с.
ISBN 966-7191-19-9

В збірнику друкуються матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Сучасні проблеми розвитку економіки агропромислового комплексу: соціально-економічні та правові аспекти", секції "Сучасні соціально-економічні проблеми АПК та шляхи їх вирішення".
Для студентів, аспірантів та викладачів вузів.

УДК 336
ББК 65.01

ISBN 966-7191-19-9

© Колектив авторів, 2000

К.е.н. Яворська Т.І.

Таврійська державна агротехнічна академія

ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ КООПЕРАЦІЇ

В сучасних умовах ринкових відносин в аграрному секторі України, сільськогосподарські виробники змушені займатися не тільки питаннями розвитку виробництва, а й доведенням сільськогосподарської продукції до кінцевого споживача, тобто сільськогосподарським маркетингом. Він включає в себе закупівлю, зберігання, транспортування, переробку і розподіл продукції.

Маркетинговий процес розпочинається на сільськогосподарському підприємстві. Потім продукт просувається по продовольчому ланцюжку до того моменту, поки покупець не придбає його в підприємствах оптової та роздрібної торгівлі або громадського харчування. Очевидно, що ефективність усього господарювання визначає успішна ринкова діяльність. Але, в першу чергу, сільськогосподарський виробник повинен займатися розвитком виробництва. Постає проблема поєднання виробничої і ринкової діяльності.

Це проблема виявилася особливо актуальною у країнах, які переходять від командно-адміністративної до ринкової економіки. До них відноситься і Україна. Раніше держава повністю контролювала сільське господарство. Цей контроль полягав у забезпеченні засобами виробництва, обслугованні сільськогосподарських підприємств і закупівлі у них продукції за централізовано встановленими цінами.

В перехідний період держава поступово відходить від виконання цих функцій. Завдяки скороченню комерційної діяльності держави, сільськогосподарські виробники можуть вирішити проблему поєднання виробничої і ринкової діяльності трьома шляхами.

Перший шлях передбачає збільшення розмірів виробництва, що дозволило б утримувати власні спеціалізовані структури постачання і збуту продукції. Можливості такого підходу для сільськогосподарських

підприємств обмежені через проблематичність формування капіталу в великих розмірах, існування оптимальних розмірів сільськогосподарського виробництва тощо.

Другий шлях пошуку можливості поєднання виробничої і ринкової діяльності – це користування послугами ринкових посередників. Створювати прибуток у посередницькому бізнесі значно легше і менш ризиковано, ніж безпосередньо в сільськогосподарському виробництві. Україна, як і кожна країна, що ставала на шлях ринкової економіки, зустрілася з таким явищем, як експансія посередницького бізнесу у сільському господарстві. З цього приводу ще в 1919 р. видатний український економіст Михайло Туган-Барановський писав: “Виступаючи на ринкові, яко продавець свого трудового продукту, селянин стає жертвою капіталістів-скупщиків, котрі, користуючися з господарської немочі селянина, купують його продукт по ціні, значно нижчій від ринкової. А купувати все собі необхідне селянинові доводиться по ціні надмірно високій”.

В сучасних умовах вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники змушені продавати свою продукцію різним комерційним структурам за цінами, які часто навіть не відшкодовують витрат на її виробництво. Користуючись послугами ринкових посередників на шляху продукції від виробника до споживача окремі сільськогосподарські підприємства одержують дуже малу частку від роздрібної ціни, яку сплачує споживач (табл. 1).

Дані таблиці 1 свідчать, що комерційна діяльність набуває зростаючого значення для сільськогосподарського виробництва. Так черешню можна віднести до продукції із середнім відсотком маржі, тому що 52,1% роздрібної ціни за цю продукцію залишається торговим посередникам.

У випадку із ціною на борошно (табл. 2) 50% роздрібної ціни залишається у сільськогосподарського товаровиробника, який безпосередньо переробляє зерно на своєму переробному підприємстві. Але стільки ж маржі, залишається комерційним посередникам.

Для протистояння великій кількості посередників, збільшенню прибутків сільськогосподарських товаровиробників, входженню їх в ринок

сприяє третій шлях – шлях вертикальної інтеграції. Він означає об'єднання зусиль селян з метою просування у суміжні із сільськогосподарським виробництвом сфери діяльності для забезпечення контролю за рухом створеної у власному господарстві продукції і отримання від цього відповідного прибутку.

Таблиця 1. Формування ціни на черешню від виробника до споживача

	Ціна за кг, грн.	Питома вага, %
Ціна за кг у червні 1999 року		
Місце виробництва: південна частина Запорізької області		
Ціна за кг, що сплачувалась виробникам	2,30	47,9
Маржа фізичних осіб, які займалися послугами сортування, калібрування, розфасовки	0,46	9,6
Закупівельна ціна підприємств оптової торгівлі	2,76	57,5
Експедиційні витрати	0,16	3,3
Витрати на реалізацію продукції	0,25	5,2
Маржа підприємств оптової торгівлі	0,41	8,5
Ціна продажу підприємств оптової торгівлі	3,17	66,0
Маржа роздрібників + ПДВ	1,63	34,0
Ціна продажу споживачу	4,80	100

Вертикальна інтеграція передбачає створення сільськогосподарських кооперативів шляхом від'єднання окремих функцій від сільськогосподарського підприємства, фермерського, особистого підсобного господарства для організації їх в більшому масштабі.

Таблиця 2. Формування кінцевої ціни на борошно на шляху від виробника до споживача

Показники	Ціна за 1 кг, грн	Структура, %
Собівартість 1кг борошна (1999 р.)	0,45	45,4
в тому числі витрати на сировину	0,15	15,4
на переробку	0,30	30
Транспортні витрати	0,015	1,5
Мажа переробному цеху, який знаходиться на балансі сільськогосподарського підприємства	0,03	3,1
Закупівельна ціна підприємств оптової торгівлі	0,50	50,0
Маржа підприємств оптової торгівлі	0,30	30,0
Ціна продажу підприємств оптової торгівлі	0,80	80,0
Маржа роздрібників	0,20	20,0
Ціна реалізації споживачу	1,00	100,0

Історично першою і найбільш розповсюдженою сьогодні формою обслуговуючих кооперативів є збутові кооперативи, які забезпечують колективний збут сільськогосподарської продукції. Створюючи збутовий кооператив його учасники мають можливість формувати великі і сортовані партії продукції, пакувати, фасувати і зберігати, а також використовувати торгову марку, рекламу тощо. Тобто господарства, незалежно від свого розміру і без втрати своєї незалежності та самостійності одержують можливість конкурувати із комерційними посередниками на ринку сільськогосподарської продукції і залишати собі більшу частину прибутку.

Завдяки збутовим кооперативам сільськогосподарські виробники можуть також простежити, що відбувається з продукцією від моменту виходу її із виробництва до момента споживання, мати інформацію про маржі різних

посередників, про вимоги, що ставляться до продукції переробниками або торговими структурами.

Збутові кооперативи в структурі фермерських кооперативів в США займають майже 60 %. Великий відсоток мають також постачальницькі кооперативи (36 %). Це другий вид кооперативів, які повинні забезпечувати фермерів ресурсами для виробництва сільськогосподарської продукції (сільськогосподарською технікою, добривами, насінням і т.п.) за доступними цінами.

Прийнято виділяти третій вид кооперативів – сервісні кооперативи. Вони надають фермерським господарствам різні виробничі послуги: наприклад, по меліорації, електрифікації сільської місцевості. В США цей вид кооперативів займає найменший відсоток в загальній кількості кооперативів, але в динаміці спостерігається їх збільшення.

Таким чином, створення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів в Україні повинна стати логічною реакцією на ускладнення ринкової ситуації. Мета їх функціонування – пошук ефективних механізмів захисту різноманітних інтересів товаровиробників через кооперацію, яка з економічної точки зору є процесом добровільного об'єднання зусиль і ресурсів суб'єктів, зацікавлених у досягненні певних соціально-економічних результатів.

Література:

1. Зіновчук В.В. Кооперативна ідея в сільському господарстві України і США. – К.: Логос, 1997.
2. Зіновчук В.В. Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу. – К.: Логос, 1999.
3. Серова А.В. Аграрная экономика: Учебник для студентов экономических вузов, факультетов и специальностей. – М.: ГУВШО, 1999.
4. Яворська Т.І. Маркетинг та ціновий моніторинг в кооперації / курс лекцій для студентів вищих аграрних закладів освіти II – IV рівнів акредитації з економічних спеціальностей. – К.: Аграрна освіта, 2000.

ЗМІСТ

Сахарцева Л.В., Шляга О.В., Подмешальська Ю.В. Оплата праці як фактор підвищення ефективності роботи підприємства	5
Сахно Л.А. Розвиток інтеграції в контексті аграрної реформи України	11
Скоромцова Т.О. Схеми створення фізичної інфраструктури в галузі вівчарства	16
Славкова О.П. Соціальна інфраструктура села та реформування сільськогосподарських підприємств	21
Федорченко О.К., Щербакова Т.А. Теоретичні аспекти антимонопольного регулювання товарних ринків	27
Федотова Т.А. Сучасні проблеми ринку праці агропромислового комплексу (Дніпропетровський регіон)	33
Цвігун В.Ф., Фіщук Ю.Б. Формування системи соціального захисту населення	39
Шведов І.В. Сучасні методичні підходи до вивчення стану галузей АПК ..	44
Яворська Т.І. Об'єктивна необхідність кооперації	49
Ярова В.В. Мотивація сільськогосподарської праці в умовах реформування агропромислового комплексу	54
Макаренко П.Н. Тенденции и проблемы формирования рыночной модели аграрных отношений в Украине	59
Бардзиловский В.П. К вопросу об уровне безработицы в Украине	69
Борщ Л.М., Арзуманов Р.М. Аналіз динаміки і напрямків використання прямих іноземних інвестицій	75
Бочарова Н.О., Синяєва Л.В. Вплив соціально-економічних факторів на використання трудових ресурсів в сільському господарстві	79
Боярчук О.І. Мотивація праці в реформованих первинних підрозділах по виробництву молока	84
Брустінов В.М., Колокольчикова І.В., Лобанов М.І. Умови створення інформаційно-консультаційних структур в Україні при переході до ринкових умов господарювання	89

Економіка: проблеми теорії та практики

Міжвузівський збірник наукових праць

Випуск 53

Українською і російською мовами

Відповідальний редактор *Попцова Т.В.*

Технічний редактор *Бікеліс К.О.*

Здано до друку 07.12.00. Підписано до друку 11.12.00.

Формат 60x84 1/16. Спосіб друку - різнограф.

Умов.друк.арк. 5,94. Тираж 300 прим.

Видавництво "Наука і освіта"

м.Дніпропетровськ, вул.Дзержинського, 8а/101

тел.(0562) 37-13-13