

АСОЦІАЦІЯ ЯК МЕТОД ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ОВОЧІВНИЦЬКИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Пархоменко Л.А., к.е.н., ст. викладач

Уманський національний університет садівництва

Для ефективного функціонування фермерських господарств виникає потреба в інвестиційних вкладеннях, яку неможливо подолати самотужки. Отже, виникає необхідність створення в Черкаській області Асоціації фермерів-овочівників, враховуючи те, що виробництво, зберігання і збут овочів є справою трудомісткою і це все потребує інформаційного забезпечення і консультативної допомоги приватним виробникам продукції.

For the effective of the farm there appears a need for an investment, which can't be coped with alone. That's why appears a need for creating an association of farmers in the vegetables industry in Cherkasy region, talking in account that production, keeping and distribution of vegetables is a labor-intensive work and all this demands for informational support and consultative help to the private producers of goods.

Постановка проблеми. Необхідною умовою побудови суверенної незалежної держави України є становлення та розвиток її економіки. Необхідно зазначити, що незважаючи на те, що Україна має величезний виробничо-технологічний потенціал виробництва з багатьох видів сільськогосподарської продукції вона може займати одне з провідних місць в Європі. На сучасному етапі розвитку її економіка перебуває в стані глибокої кризи. Важлива роль в цьому належить організації виробництва, і насамперед тому, що вона не потребує істотних капітальних вкладень, трудових витрат, а також тому, що вона є засобом інтеграції і використання всіх чинників економічного розвитку. На сучасному етапі розвитку економіки організація виробництва відіграє велику роль. Розвиток техніки та підвищення рівня технічного оснащення підприємств створює умови та одночасно вимагає удосконалення організації виробництва та управління. Для досягнення високої ефективності процесу виробництва недостатньо мати сучасні знаряддя та предмети праці, необхідна також певна система організаційних зв'язків, які поєднують особисті та матеріальні чинники виробництва і приводять їх у дію. Така система представляє організацію виробництва.

Дуже доцільною та цілком правомірною є діяльність фермерів із переробки сільськогосподарської сировини в такі вироби, як борошно, крупи, макаронні вироби, ковбаси, консерви, соки, джеми і т. д.

Так на добровільних засадах господарства можуть укладати з державними, кооперативними та громадськими підприємствами, установами та організаціями, які здійснюють заготівлю та переробку сільськогосподарської продукції, договори на продаж своєї продукції. Вони мають право вільно реалізовувати свою продукцію й будь-яким іншим споживачам (у тому числі громадянам), продавати її на ринках.

Фермерів постійно супроводжують труднощі через нинішню ситуацію в Україні: недостатня підтримка сільського господарства державою, монополізація великими господарствами таких сфер діяльності як переробка, реалі-

зація, постачання та послуги. Внаслідок цього у фермерів виникає дуже багато проблем, пов'язаних з їх неспроможністю протистояти неможливості вести розширене виробництво.

Для ефективного функціонування фермерських господарств виникає потреба в інвестиційних вкладеннях, яку неможливо подолати самотужки, тому необхідно задіяти всі можливі форми інвестування, включаючи як позичені, так і залучені джерела інвестування фермерських господарств.

В сучасних умовах правильним буде скористатись досвідом інших країн, який переконує, що навіть ті сільськогосподарські товаровиробники, які мають незначний економічний потенціал, об'єднуючись в кооперативи, створюють впливову економічну силу, що здатна вирішувати їх спільні проблеми. Кооперація стала основною ознакою агропромислового комплексу в багатьох країнах світу [1, с. 67].

У Франції та скандинавських країнах дев'ять із десяти фермерів є членами обслуговуючих кооперативів. Високий рівень участі фермерів в кооперативах також спостерігається в Нідерландах, Німеччині, Ірландії, Японії, США, Канаді та багатьох інших країнах.

У Швеції, Данії, Норвегії, Фінляндії на кооперативи припадає до 85% збуту фермерської продукції і до 60% постачання фермерам засобів виробництва.

У Франції фермери через кооперативи переробляють і реалізують 52% молока, 67% зерна, 45% фруктів, багато з них збирають власне зерно, а також виконують всі інші сільськогосподарські операції за допомогою техніки, яка знаходиться в їх кооперативі по спільному її використанню [2, с.18; 3, с. 43].

Сільськогосподарські кооперативи виступають зараз як засіб для вирішення або спільного подолання проблем, які сільськогосподарські виробники не можуть вирішити поодиночі. Це викликано тим, що за існуючих тенденцій в забезпеченості технікою та інвестиційними ресурсами фермерські господарства приречені на екстенсивний тип ведення господарської діяльності, а спільне використання техніки дозволить їм суттєво зменшити розмір витрат на оплату праці механізаторів, паливо, ремонт, а отже – і собівартість продукції при забезпеченні необхідного рівня технологічної дисципліни виробництва [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відзначимо, що вітчизняні вчені-аграрії приділили велику увагу питанням організації, створенню та ефективної діяльності, маркетингу інтеграційних процесів фермерських господарств в Україні. Особливо, відомі наукові праці В.Г. Андрійчука, А.Ф. Бурика, П.І. Гайдуцького, А.С. Даниленка, В.П. Горьового, В.К. Збарського, С.В. Коваль, П.М. Макаренка, М.Й. Маліка, Л.О. Мармұль, О.В. Крисального, В.Я. Месель-Веселяка, П.Т. Саблука, І.Н. Топіхи, І.І. Червена, В.В. Юрчишина, В.М. Яценка.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення впливу корпоративного об'єднання на організацію та ефективність функціонування овочівницьких фермерських господарств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Асоціація – це договірне об’єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об’єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об’єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації.

Асоціація не має права втручатися в господарську діяльність підприємств – учасників асоціації. За рішенням учасників асоціація може дістати повноваження представляти їхні інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями [5, с. 14].

Разом з тим, враховуючи що виробництво, зберігання і збут овочів є справою трудомісткою, то в регіоні доцільно було б створити Асоціацію фермерів-овочівників на основі чинного законодавства, а саме Господарського кодексу, закону України „Про власність” та інших нормативних актів. На наш погляд, господарства, які входитимуть до складу Асоціації зберігатимуть повну господарську самостійність та статус юридичної особи, а метою даної організації є створення високотоварного та конкурентоспроможного овочепродуктового підкомплексу в регіоні дослідження та захист інтересів фермерів.

Асоціація діятиме за рахунок внесків її засновників, а також безповоротної фінансової допомоги та добровільних пожертвувань. Крім фермерських господарств до складу асоціації повинні входити також підприємства, які обслуговують ці господарства або співпрацюють з ними.

Вищим органом управління Асоціацією буде конференція делегатів уповноважених представників фермерських господарств-учасників, яка збиратиметься раз в рік. А керівним органом Асоціації буде Рада Асоціації, яка обиратиметься на конференції із її членів. Матеріально-технічне забезпечення створюваної організації буде здійснюватись через систему прямих угод, біржі та інші посередницькі структури. Завдання створюваної Асоціації фермерів-овочівників представлені на рис. 1.

Як показують розрахунки, витрати на організацію асоціації становлять 87 тис. грн., або 1740 грн. в розрахунку на 1 типове підприємство. Щорічні витрати в розрахунку на одного учасника складуть 3440 грн.

Розмір економічного ефекту від участі в асоціації вказаний в таблиці 1.

Він базується на основі об’єднання зусиль членів асоціації, щодо забезпечення великих партій замовлення матеріальних ресурсів (мінеральних добрив, засобів захисту рослин, паливо мастильних матеріалів, насіннєвого матеріалу) з одного боку, а з іншого – на формуванні та гарантуванні великих та регулярних партій продукції оптовим покупцям (переробні підприємства, мережі супермаркетів).



Рис.1. Основні завдання та види діяльності Асоціації овочівницьких фермерських господарств (власна розробка)

Таблиця 1

Економічний ефект від створення асоціації фермерських овочівницьких господарств (в розрахунку на 1 типові підприємство) *

Показники	Самостійне ведення господарства	За умови участі в асоціації
Витрати на участь в асоціації, тис. грн.	X	3,44
Знижка від ціни на матеріальні ресурси в залежності від обсягу їх закупівлі, %	X	7,00
Всього витрат на ведення господарської діяльності, тис. грн.	499,90	483,64
в т.ч. матеріальні витрати	269,90	251,00
Збільшення рівня ціни реалізації за умови забезпечення великих та регулярних партій товару, %	X	5,00
Прибуток – всього, тис. грн.	371,3	433,9
в т.ч. приріст від участі в асоціації	X	62,57

*розраховано автором

Для кращого сприйняття впливу корпоративного об'єднання та ефективність функціонування фермерських овочівницьких господарств нами наведено рисунок 2.

Поряд із пошуком ефективного каналу реалізації овочів фермерам слід виділити такий особливий інструмент маркетингу як покращення якості товару з метою найповнішого задоволення потреб споживачів. Тим паче, що підвищенню якості та конкурентоспроможності овочівницької продукції сприяє і вступ України до СОТ.

Якість овочевої продукції – незамінний чинник нецінової конкуренції фермерів-овочівників. Підвищенню якості сприятиме застосування ефективною тари та пакування. Сучасна упаковка формує імідж компанії та допомагає споживачу диференціювати продукцію. Так, на ринку свіжих овочів в країнах ЄС упакованою є більше 50% продукції. В Україні попит на якісно упаковану овочеву продукцію значно перевищує пропозицію [6, с.43].

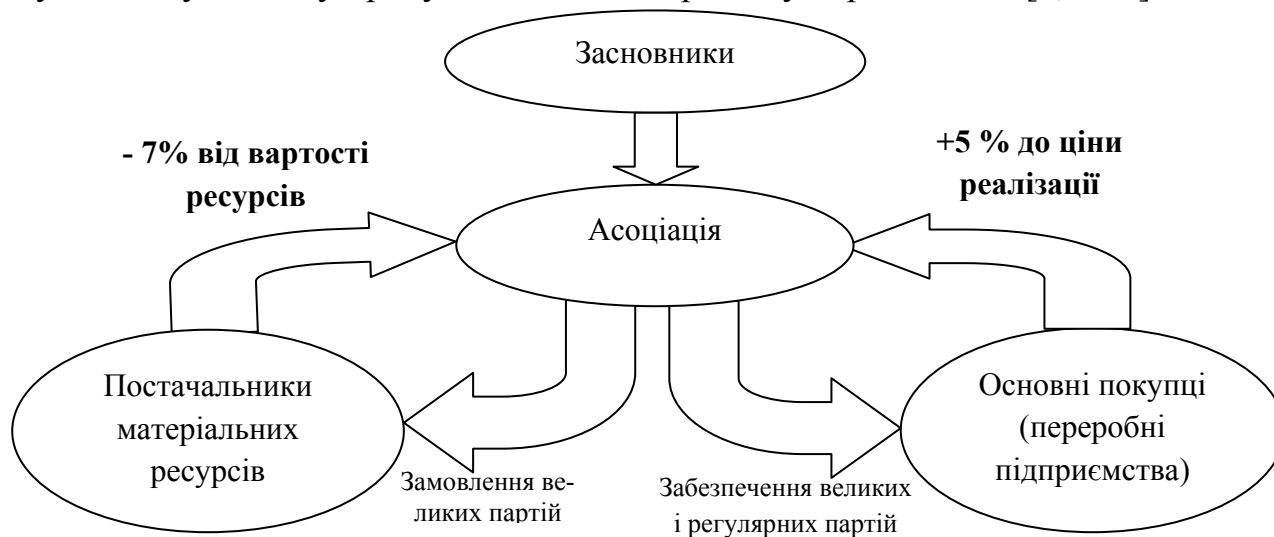


Рис. 2. Вплив корпоративного об'єднання на формування прибутку овочівницьких фермерських господарств(власна розробка)

Упаковка овочів значно залежить від вимог каналу реалізації, оскільки в деяких з них немає особливих канонів. Проте, в роздрібну торгівлю, в супермаркети, для прямого споживання овочі повинні бути упакованими. Нині ринок упакування овочів в Україні перебуває в зародковому стані, асортимент пакувальної продукції є дуже обмеженим. Так, на частку фермерів, які використовують гофрокартонні ящики, припадає 15%, сітки та мішки – 20%, дерев'яну тару – 5%, поліетиленову та пластмасову – 8%. Решта 52% реалізують власну продукцію не упакованою [7, с. 21-22].

Вартість упаковки є різною. Досвід США показує, що вартість упаковки на продовольчі товари складають приблизно 22% від вартості продукції. В Україні ж маркетингові витрати, що включають в себе і витрати на упаковку загалом складають близько 4 %. Проте, у овочевій продукції, яка відправляється на експорт витрати на пакування сягають 20% [8, с. 5-6].

Висновки. Отже, аналізуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що в умовах зростання конкуренції маркетингова діяльність набуває для фермерів-овочівників дедалі більшої значущості і проведені дослідження свідчать про необхідність створення в Черкаській області Асоціації фермерів-овочівників, що значно полегшить умови виробництва, переробки та реалізації овочевої продукції для фермерів.

Література:

1. Ковбаса О.О. Кооперування – важлива умова забезпечення конкурентноздатності селянських (фермерських) господарств / О.О. Ковбаса, В.Ф. Іванюта, О.Б. Перевай // Ві-

сник Полтавського державного сільськогосподарського інституту. – 2001. – №6. – С. 67-68.

2. Зіновчук В.В. Кооперативна ідея в сільському господарстві України і США / В.В. Зіновчук. – К., 1996. – 224 с.

3. Рогач С.М. До питання розвитку фермерських господарств України: Науковий вісник національного аграрного університету / С.М. Рогач. — К., 2001. – №43. – С. 42-43.

4. Березівський П.С. Організація виробництва в аграрних формуваннях. Навчальний посібник. / П.С. Березівський, Н.І. Михалюк; за ред. П.С. Березівського. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 480 с.

5. Чепурда Л.М. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств. Навчальний посібник. / Л.М. Чепурда; за ред. Л.М. Чепурди. – К. : Видавничий дім “Професіонал”, 2005. – С. 14.

6. Андрюшко А. Упакування свіжої плодовоовочевої продукції : практ. посіб. / А. Андрюшко, Ю. Сологуб, І. Пономаренко. – 2005. – 60 с.

7. Переваги упакованої продукції : проект аграрного менеджменту // Агроогляд: овочі та фрукти. – 2005. – № 1. – С. 21-22.

8. Тенденції розвитку пакування плодово-овочевої продукції в Україні: проект аграрного менеджменту // Агроогляд: овочі та фрукти. – 2005. – № 1. – С. 5-6.

УДК 339.166.5:378.015.311

УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ – ФАКТОР ІНТЕГРАЦІЇ АГРАРНОЇ ОСВІТИ ДО ВИРОБНИЦТВА

**Галич О.А., к.е.н., доцент, Макаренко П.М., д.е.н., професор,
Прасолов Є.Я., к.т.н., доцент, Браженко С.А., фахівець-патентознавець
Полтавська державна аграрна академія**

В статті проведений аналіз змісту поняття «управління знаннями», з метою формування точки зору на модель керування знаннями з боку аграрного вищого навчального закладу. Виконано аналіз категорії «інтелектуальний капітал» і його стратегічної мети.

In article the analysis of the maintenance of concept «management of knowledge», for the purpose of formation of the point of view on model of management by knowledge from an agrarian higher educational institution is carried out. It is made the category analysis «the intellectual capital» and its strategic target.

Постановка проблеми. Наприкінці ХХ століття розвиток науково-технічної революції поклав початок формуванню масиву знань, який у поєднанні інформацією склав інтелектуальний капітал суспільства і став основним засобом та предметом виробництва.

Одним із важливих напрямків розвитку аграрного вищого навчального закладу (ВНЗ) є вид діяльності, який в рамках сучасної термінології називають «управління знаннями».

На перший погляд цей термін стосується відомих філософських категорій: управління виробництвом і відтворення знань.

Для сучасного інформативного суспільства властивий швидкий ріст долі наукоємких товарів і послуг та скорочення їх життєвого циклу; інтелектуалізація технологій бізнесу і маркетингу. Тоді категорії: знання, інтелекту-