

УДК: 631.115.8: 633/635

Л.А. Янковська, Н.Ф. Павленчик

ДОЦІЛЬНІСТЬ СТВОРЕННЯ ЗАГОТІВЕЛЬНО-ЗБУТОВИХ КООПЕРАТИВІВ

Розкрито чинники, що зумовлюють доцільність створення обслуговуючих сільськогосподарських кооперативів. Подаються етапи створення та приблизна структура заготівельно-збутового кооперативу.

Factors which predetermine expedience of creation of attendant agricultural cooperative stores are exposed. The stages of creation and exemplary structure are given purveying sale to the cooperative store.

Ключові слова: кооперація, сільськогосподарська продукція, товаровиробники, обслуговуючий кооператив, заготівельно-збутовий кооператив, члени кооперативу.

На сучасному етапі значна частина товаровиробників реалізують сільськогосподарську продукцію через комерційних посередників невеликими партіями і за цінами, продиктованими бізнесменами, що знижує дохідність аграріїв. Випадковість і невизначеність у строках реалізації призводить до поспішності у формуванні обсягів продукції, супроводжується нервовістю і не завжди високим рівнем якості, що в кінцевому результаті ускладнює відносини між виробниками, комерційними структурами і споживачами.

Усунути зазначені недоліки можна шляхом створення обслуговуючого заготівельно-збутового кооперативу. Він заготовляє у кожного свого члена у визначений час, згідно з укладеним договором, певні обсяги сільськогосподарської продукції, формує великі партії та здійснює реалізацію різними каналами у конкретних місцях, в тому числі за межами регіону. Продовжуючи у такий спосіб діяльність товаровиробників, кооператив із заготівлі і реалізації продукції значно підвищує ефективність діяльності своїх членів.

Важливість дослідження проблеми розвитку та ефективності діяльності обслуговуючих кооперативів у наданні різних послуг сільськогосподарським товаровиробникам зумовлюється розвитком ринкових відносин і необхідністю підвищення ефективності аграрного сектору економіки. Суттєвий вклад у розвиток кооперативної ідеї внесли вчені-економісти: В. Апопій, В. Гончаренко, Ф. Горбонос, В. Зіновчук, О. Крисальний, Л. Левківська, М. Малік, Л. Молдаван та ін. Проте їхні напрацювання не можуть претендувати на викінченість у плані сутності, ролі, значення та окремих напрямів розвитку обслуговуючої кооперації у сільськогосподарському виробництві.

Мета дослідження — розкрити доцільність створення обслуговуючих кооперативів і розробити модель заготівельно-збутового кооперативу на місцевому рівні.

Домінантною тенденцією на тлі загальних обсягів реалізованої сільськогосподарськими товаровиробниками продукції є частка її збуту безпосередньо з поля чи ферми комерційним структурам та випадковим посередникам. Вони з'явилися на аграрному ринку як проміжний ланцюжок між виробником і кінцевими споживачами.

Посередниками ставали юридичні або фізичні особи, зайняті на товарному ринку, діяльність котрих зазвичай зумовлювала просування товару від виробника до споживача. Посередники у своїх діях і функціонуванні характеризувалися певним обсягом як позитивних, так і негативних чинників (рис. 1).

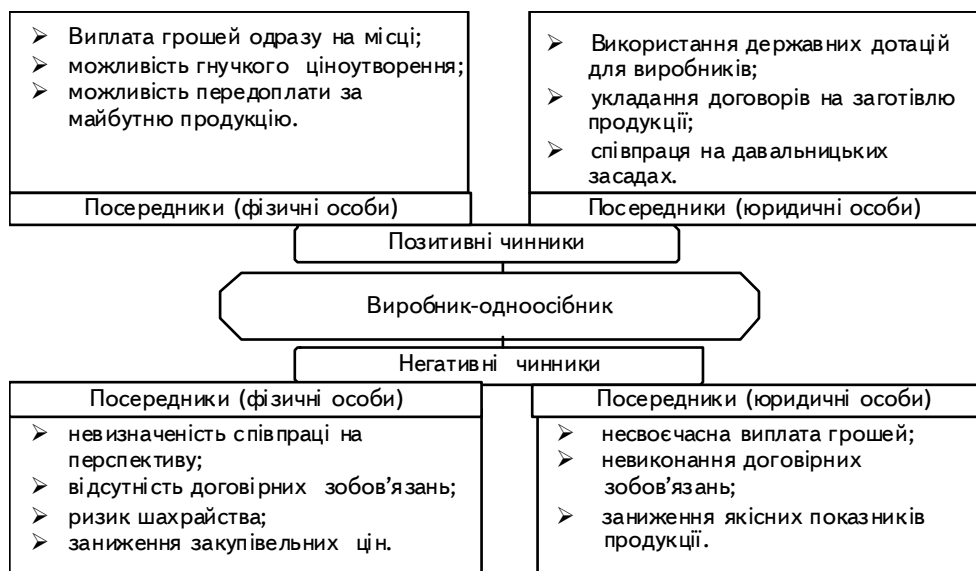


Рис. 1. Умови, що визначають вибір виробником способу реалізації [8]

Використання посередницьких структур вивільняє кошти виробника для розвитку його виробництва, знижує ризики, пов'язані з продажем продукції. Наявність у посередників професійних навичок торгівлі, обізнаність із кон'юнктурою ринку та налагоджені зв'язки з покупцями сприяють прискоренню просування сільськогосподарської продукції на ринок.

Проте окремі посередницькі структури, користуючись недостатньою поінформованістю товаровиробників щодо комерційної практики, їх довірливостю, а інколи і наївністю, своєю непорядною діяльністю зумовили поглиблення фінансової кризи сільськогосподарських підприємств.

З огляду на те, що більшість виробників не змогла відразу пристосуватися до ринкових умов господарювання, посередники, які працювали безпосередньо із сільгоспвиробниками, закуповували у них продукцію за заниженими цінами, що призводило до збагачення досить численної кількості невеликих фірм і банкрутства товаровиробників. І все-таки, незважаючи на значні недоліки у відносинах між названими суб'єктами ринку, виробники сільськогосподарської продукції змушені були передавати частину виробленої продукції посередникам.

Зі становленням ринкових відносин у сфері реалізації сільськогосподарської продукції відбулося скорочення кількості стихійних посередників, які займалися експортними операціям або виконували функції лише купівлі-продажу й утворювали ланцюжок між виробниками і переробними підприємствами. Масовому скороченню

посередників сприяло утворення вертикально інтегрованих структур із заготівлі і переробки продукції та постачання її внутрішнім споживачам або на експорт.

Нинішні торгово-посередницькі структури суттєво відрізняються від посередницьких структур початкового етапу формування ринкових відносин. Вони є суб'єктами підприємницької діяльності, мають обладнані забійні пункти, використовують найманих працівників і контролюють якість заготовленої продукції.

Проте сільськогосподарських товаровиробників не завжди задовольняють економічні взаємовідносини і співпраця зі спорідненими приватними та державними підприємствами щодо надання їм технологічних послуг у рослинництві, заготівлі, первинній переробці та зберіганні продукції. Наприклад, деякі цукрові заводи, що знаходяться у приватній власності, погоджуються переробляти сировину товаровиробника лише на давальницьких умовах. Як оплату товаровиробник віддає заводу близько 40 % сировини, призначеної на перероблення. При цьому господарства населення зовсім не одержують продуктів перероблення, а інші підприємства різних форм власності — продуктів переробки.

Нині в сільській місцевості функціонує мережа заготівельних пунктів молока, створена молокопереробними заводами. Головна їх мета — максимально наблизити мережу закупівлі до її виробників, щоб залучити в товарний обіг більше продукції, спричинивши конкуренцію між товаровиробниками задля її здешевлення.

Однак дієвість заготівельних пунктів молока не відповідає поставленій меті. Причиною є те, що окремі працівники своїми діями руйнують доброзичливі партнерські відносини з товаровиробниками, а недостатній рівень їх професійності позначається на якості виконання повноважень. Адже кожна операція для сільськогосподарських товаровиробників, у тому числі й спосіб реалізації продукції споживачам, істотно впливає на ефективність функціонування підприємства, а недостатнє знання ринку призводить до прийняття товаровиробниками неправильного рішення щодо збуту продукції, результатом чого є недоодержання ними частини прибутку, яку забирає посередник [3].

Нині взаємовідносини заготівельних пунктів із товаровиробниками всіх форм господарювання є непростими: знижуються показники якості продукції; не завжди своєчасно здійснюються розрахунки за продукцію; відсутнє сприяння і допомога товаровиробникам у їхній господарській діяльності.

Таке розмаїття форм відносин зумовлює в окремих регіонах, у тому числі і в межах однієї області, пошук ефективних способів реалізації сільськогосподарської продукції. В одних — це заготівельні пункти, за якими визначені та закріплені сировинні зони, в інших — об'єднання виробників сільськогосподарської продукції на зразок заготівельно-збутових кооперативів.

Заготівельні пункти і заготівельно-збутові кооперативи із заготівлі молока географічно знаходяться у сфері діяльності молокопереробних заводів, поставляють їм заготовлену сировину. Проте якщо молокоприймальні пункти закуповують молоко у населення за ціною, встановленою молокопереробним підприємством, то заготівельно-збутові кооперативи, укладаючи угоду з переробними підприємствами, відстоюють інтереси виробників — членів свого кооперативу, і ціна на їх сировину зазвичай на 10–12 % вища, ніж закупівельна ціна молокоприймальних пунктів.

Сільськогосподарські товаровиробники зацікавлені у створенні обслуговуючих кооперативів, об'єднання в які дає можливість: забезпечити комплексне і ефективне вико-

ристання наявних природно-економічних умов кожного виробника; зберегти, зміцнити та скоординувати між собою їх зв'язки; здійснити ті види діяльності, які виходять за межі їх господарських можливостей; раціонально використовувати коштовну техніку; здійснювати на селі соціальні програми; сумісно виконувати завдання охорони довкілля.

На відміну від виробничого кооперативу, мета якого полягає в одержанні прибутку, завданням обслуговуючого сільськогосподарського кооперативу є надання послуг членам кооперативу за ціною нижчою за ринкову, щоб економічно захистити їх від експансії посередників [7].

Економічні та соціальні перетворення на селі, здійснення аграрної та земельної реформи створили сприятливі умови для налагодження системи сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів. Обслуговуючий кооператив — це підприємство, що обслуговує переважно потреби своїх членів на засадах взаємодопомоги та економічного співробітництва [10]. Але не буде суперечити чинному законодавству, якщо вони надаватимуть послуги усім бажаючим фермерам, господарствам населення у зоні своєї діяльності. Відмінність полягає лише в тому, що надання послуг своїм членам відбувається за пільговими тарифами, тобто за собівартістю, а для сторонніх осіб — за ринковими цінами. Отже, характерними рисами функціонування сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу є: працює як підприємство з усіма належними йому ознаками; передбачена обов'язкова участь його членів у господарській діяльності кооперативу; створюється для обслуговування переважно своїх членів; економічна діяльність кооперативу є безприбутковою [6].

Доцільність створення обслуговуючого кооперативу із заготівлі та реалізації продукції як структури зумовлюється необхідністю формування умов для покращення діяльності сільськогосподарських товаровиробників і збільшення їх прибутку від власного виробництва.

Особливо такі кооперативи необхідні у галузі овочівництва. Об'єднання виробників у заготівельно-збутовий кооператив сприяє тому, що виробник стає не лише виконавцем технологічних робіт із виробництва певного виду продукції, а бере участь у задоволенні потреб споживачів, постачаючи їм вироблену продукцію.

Безпосередній процес створення заготівельно-збутового кооперативу передбачає чітке дотримання загальноприйнятих принципів і норм із врахуванням того, що на нього діє низка важливих зовнішніх чинників: політичних, соціальних, правових, економічних та психологічних, які впливають на розвиток кооперації загалом. Важливою передумовою для створення кооперативу є його принципи, а саме добровільність членства, обов'язкова участь членів у господарській діяльності кооперативу, демократичний характер управління, розподіл доходу між його членами та їх контроль за роботою кооперативу загалом [4].

Кожен кооператив має право самостійно розробляти і встановлювати норми створення на Загальних зборах, відповідно до типу кооперативу, мети, основних завдань і залежно від його фінансової діяльності. Основні етапи створення кооперативу схематично зображені на рис. 2.

Перший — це підготовчий етап, який передбачає організацію навчальних семінарів та налагодження прямих контактів із виробниками овочевої продукції — майбутніми членами кооперативу. Учасники семінарських занять повинні мати спільні інтереси, однакові потреби, фінансові можливості, ставити перед собою єдині завдання та однаково працювати для їх виконання.



Рис. 2. Етапи створення заготівельно-збутового кооперативу [2]

Другий — реєстраційний етап, що передбачає створення ініціативної групи та розроблення проекту, визначення цілей та членства в кооперативі, встановлення розміру пайового внеску, порядку розподілу прибутку тощо. На цьому етапі розробляється концепція кооперативу, Статут та його основні положення, здійснюються техніко-економічні розрахунки, реєстрація кооперативу в органах державної влади, відкриття рахунку у банках та вироблення печатки.

Третій — завершальний етап, на якому увага членів кооперативу зосереджується на питаннях кадрового забезпечення відділів та керівництва кооперативу, а також з'ясується, чим саме буде займатися кооператив, яка матеріальна база для цього необхідна, який він асортимент продукції буде реалізовувати. Передбачаються ринки збуту овочевої продукції, шляхи доставлення даної продукції до місця реалізації. На цьому етапі формується ціна, за якою буде закуповуватися продукція у членів кооперативу та надаватимуть послуги стороннім особам.

Наступним кроком є початок виробничої діяльності кооперативу із надання послуг у заготівлі та реалізації овочевої продукції членам кооперативу та стороннім особам, а також формування оптимальної реалізаційної ціни.

При створенні кооперативу необхідно враховувати найбільш раціональну стратегію і тактику обраної мети. Доцільно розробити модель заготівельно-збутового кооперативу, використавши таку інформацію: можливу площу землі, що відводиться під посів овочевих культур; наявність господарств населення, що займаються виробництвом овочевих культур; попит на кожний вид овочів; урожайність овочів; затрати матеріально-грошових засобів на гектар вирощування овочів; ціну реалізації овочів [1].

Специфіка заготівельно-збутового кооперативу господарств населення з виробництва овочів вимагає певного інформаційного аналізу можливостей кооперативу. З цією метою доцільно: здійснити поглиблений аналіз технологій виробництва, з'ясувати ступінь їх новизни, можливості вдосконалення та впровадження нових технологій із вирощування овочів; скласти реєстр, визначити потенційні можливості окремих виробників; дослідити ринки збуту та обсяги реалізації продукції в окремі реалізаційні пункти; проаналізувати транспортування овочевої продукції до місць реалізації або пункту збереження; здійснити аналіз реалізації готової продукції.

Для цього у кооперативі даного типу бажано створити відповідні служби, зокрема фінансово-економічно-інформаційну (рис. 3).

До обов'язків цієї служби належать: ведення бухгалтерського обліку та звітності, здійснення економічних розрахунків із членами кооперативу та пунктами реалізації, з'ясування придатності економічних і природних умов для виробництва та заготівлі овочів у даному регіоні, структури їх посівних площ, забезпеченості виробників необхідними засобами.

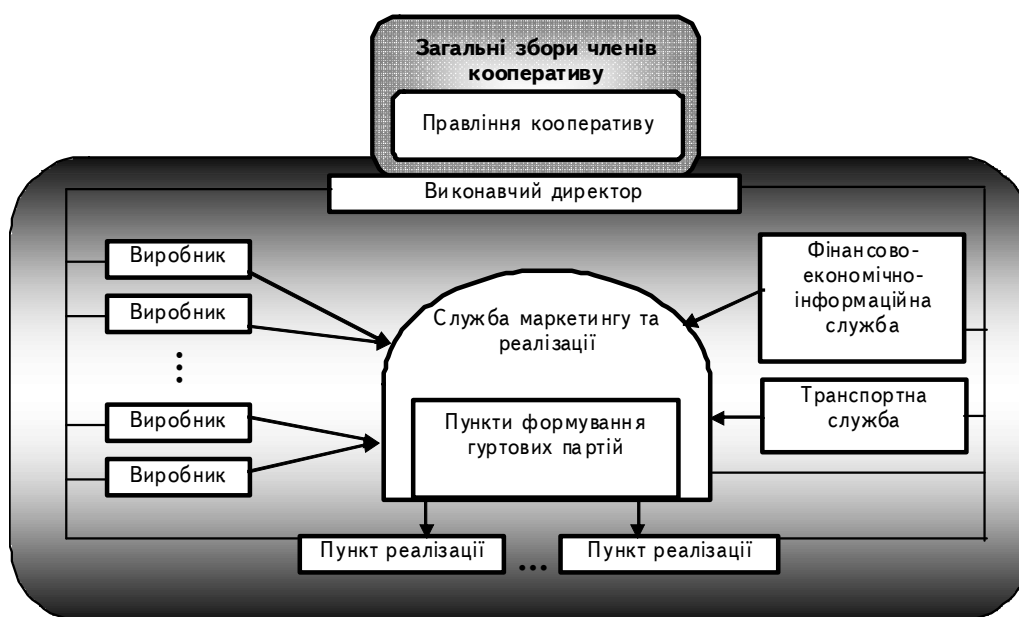


Рис. 3. Структурна схема заготівельно-збутового кооперативу [4]

За умов, коли діяльність кооперативу охоплює значні території, слід створити службу маркетингу та реалізації продукції. Вона взяла б на себе вивчення кон'юнктури місцевого та регіонального ринку сільськогосподарської продукції, відповідальність за безперервність і оптимальну кількість продукції для доставки до пунктів реалізації, можливості доставки готової продукції до пунктів формування гуртових партій, раціонального використання транспорту кооперативу або залучення його зі сторони тощо.

На початку року між обслуговуючим кооперативом і товаровиробниками визначаються і узгоджуються дані про посівні площі, сорти культур та очікувані обсяги, що будуть реалізовані через кооператив та складаються заявки про обсяги і терміни поставок продукції у кооператив. У процесі формування заявок з боку кооперативу можуть бути подані пропозиції сільськогосподарським товаровиробникам щодо зміщення строків посіву, а отже, і збирання урожаю в часі, що полегшить процес реалізації.

Продукцію сільськогосподарських товаровиробників у натуральному вигляді чи як продукт її переробки збутовий кооператив може реалізувати і в інших регіонах України, й навіть за кордоном. Такі повноваження можуть надавати йому сільськогосподарські товаровиробники — члени кооперативу, якщо це не суперечить чинному законодавству.

Маркетинговий аналіз і вивчення можливих варіантів, способів і каналів реалізації продукції, її обсягів і строків не обов'язково проводиться на початку створення кооперативу. Проте у його засновників насамперед має бути досліджено стан ринкового середовища в плані попиту і пропозиції продукції, поведінка клієнтів і конкурентів, ціна, матеріально грошові витрати, пов'язані з реалізацією продукції тощо, щоб мати чіткі уявлення про місце сільськогосподарської продукції на ринку та для визначення маркетингової стратегії кооперативу на перспективу.

Кількість членів кооперативу не є обмеженою і регулюється, зазвичай, лише обсягами та асортиментом виробництва продукції. Проте оптимальна кількість членів — виробників овочевої продукції — близько 4,5–5 тис осіб. Основною умовою при вступі у кооператив має стати вступний членський внесок.

Загальні збори уповноважених обирають Правління кооперативу з розрахунку одна особа від кожних 200–250 виробників-членів кооперативу. Правління кооперативу визначає виконавчого директора.

Згідно з чинним законодавством України всі кооперативи, як суб'єкти підприємницької діяльності, мають проходити процедуру державної реєстрації [9]. Вона відбувається в районній державній адміністрації або виконавчому комітеті міської Ради народних депутатів за місцем знаходження кооперативу, в порядку, передбаченому для суб'єктів підприємницької діяльності. Державна реєстрація кооперативу здійснюється не пізніше, як за 30 днів із дня подання необхідних документів [5].

Створення обслуговуючого кооперативу не потребує значних матеріальних і фінансових витрат і може стати засобом концентрації виробництва, що дозволить покращити технологію та спеціалізацію виробництва. А розширення їх сфери діяльності та видів послуг забезпечується створенням об'єднань сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів.

Отже, об'єднання зусиль і ресурсів виробників сільськогосподарської продукції у заготівельно-збутові кооперативи звільнить їх від невластивих функцій заготівлі і ре-

алізації продукції, що сприятиме підвищенню продуктивності праці в їхньому основному виробництві, ефективному використанню матеріальних і фінансових ресурсів.

1. *Горбонос Ф.В.* Кооперація в агробізнесі: підручник / Ф.В. Горбонос, Л.А. Янковська, Н.Ф. Павленчик [та ін.].— Львів: ЛУБП, 2011.— 360 с.; 2. *Горбонос Ф.В.* Кооперація: методологічні і методичні основи / Ф.В. Горбонос.— Львів: ЛДАУ, 2003.— 264 с.; 3. *Горбонос Ф.В.* Кооперація в аграрній сфері / Ф.В. Горбонос, Н.Ф. Павленчик // *Аграрная наука*.— 2003.— № 11.— С. 10–11; 4. *Економічна енциклопедія: у 3 т.* / редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) [та ін.].— К.: Вид. центр «Академія», 2000–2001; 5. *Звід Кодексів і Законів України*.— К.: Укр. агентство інформації та друку «Рада», 2007.— 800 с.; 6. *Зіновчук В.В.* Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу / В.В. Зіновчук.— [2-е вид., доп. і перероб.].— К.: Логос, 2001.— 380 с.; 7. *Павленчик Н.Ф.* Критерії поділу сільськогосподарських кооперативів на види / Н.Ф. Павленчик // *Вісник ЛДАУ: Економіка АПК*.— 1999.— № 5.— С. 68–71; 8. *Павленчик Н.Ф.* Формування та функціонування ринку сільськогосподарської продукції: монографія / Н.Ф. Павленчик, А.О. Павленчик.— Львів, 2009.— 172 с.; 9. Про сільськогосподарську кооперацію: Закон України // *Відомості Верховної Ради України*.— 1997.— № 39.— С. 683–695.