

РОЗВИТОК КООПЕРАЦІЇ НА РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСПРОДУКЦІЇ

Ю. В. Самойлик, к. е. н.

Полтавська державна аграрна академія

Розроблено стратегічну модель розвитку кооперації на ринку м'яса і м'ясопродукції. Виявлено передумови, переваги і недоліки цього процесу. Визначено прогнозовані наслідки створення кооперативів у м'ясній галузі.

Постановка проблеми. Ринкова економіка передбачає рівні можливості для ефективного розвитку будь-яких видів господарювання як за організаційно-правовою формою, напрямками діяльності, так і за розмірами. Для формування власних конкурентних переваг за умов чистої конкуренції підприємства мають використовувати як внутрішній потенціал, так і ресурси зовнішнього середовища, оскільки відповідно до макроекономічного закону обмежених виробничих можливостей кожне окреме підприємство не може самостійно вирішити всі завдання суб'єкта господарювання як відкритої економічної системи.

В аграрній сфері, і зокрема на ринку м'яса і м'ясопродукції, виникає потреба поєднання зусиль для досягнення синергійного ефекту, що насамперед пов'язано із специфікою даної галузі, глибокими взаємозалежними зв'язками між різними рівнями виробництва. Дієвим механізмом поєднання зусиль виробників є кооперація. Існує низка переваг і недоліків механізму функціонування кооперації на аграрному ринку, що визначає кооперативний рух неоднозначним в контексті його впливу на розвиток ринкових відносин в агропромисловому комплексі, що і зумовлює актуальність даної теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку кооперації привертає увагу низки науковців, зокрема таких, як О. В. Довгань, В. В. Зіновчук, О. В. Крисальний, М. Й. Малік, В. Я. Месель-Веселяк, А. П. Смоленюк, П. Т. Саблук, В. В. Юрчишин та ін. Так наприклад, Смоленюк А. П. зазначає, що «сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи мають в повній мірі замінити і поповнити сервісні послуги в умовах, коли держава поступово відходить від таких функцій, як заготівля, збут та переробка сільськогосподарської продукції, забезпечення виробників матеріально-технічними засобами, надання технічних і технологічних послуг, створення та підтримка виробничої інфраструктури тощо. Найбільш ефективним буде створення товаровиробниками повністю ними контрольованих кооперативів» [2, с. 64].

Довгань О. В. стверджує, що «сільськогосподарська кооперація дає можливість поліпшити становище сільських товаровиробників в умовах ринку, зберегти для них сприятливі комерційні умови, зменшити диктат галузей переробки і торгівлі, які традиційно ще зберігають за собою монополізм... Сільськогосподарська кооперація сприяє об'єднанню відповідних ресурсів товаровиробниками з метою створення власних кооперативних підприємств, які забезпечують ефективність і ритмічність виробництва конкурентоспроможної продукції, а також сприяють розвитку демократії і соціальної справедливості» [1, с.74].

Черевко Г. В., Горбонос Ф. В., Черевко Д. Г. вважають, що «кооперація є багатограним і, разом з тим, принципово простим поняттям, яке характеризує форму співробітництва людей у досягненні ними спільної мети, а через це – і мети кожного з учасників цієї кооперації... Можливість досягнення синергійного ефекту в результаті кооперації робить її реальним шляхом підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств» [3, с. 271].

Таким чином, науковці акцентують увагу на позитивних моментах кооперації. Ми підтримуємо їхню точку зору, однак вважаємо, що кооперація має низку особливостей залежно від типу

підприємств – учасників кооперативу, мети його створення, розміру, перманентності середовища функціонування, напрямів діяльності тощо. Малодослідженими залишаються питання розвитку кооперації на ринку м'яса і м'ясопродукції, а тому дане питання вимагає додаткових досліджень у цьому напрямі.

Мета та методика дослідження. Метою дослідження є обґрунтування механізму розвитку кооперації на ринку м'яса і м'ясопродукції. Формування моделі стратегічного розвитку даного напрямку кооперації. Виявлення передумов, переваг і недоліків цього процесу за допомогою методів концептуального аналізу і синтезу.

Виклад основного матеріалу. Розвиток кооперації підприємств у ринкових умовах має низку передумов. Кооперативний рух має тривалу історію, при цьому з кожним еволюційним етапом виявлялися нові чинники та атрибути, що визначають параметри розвитку даного процесу. Кооперація в агропромисловому комплексі має особливості, пов'язані із специфікою самої галузі, крім того, кожна підгалузь має окремі властивості, які доцільно враховувати при побудові стратегічної моделі розвитку кооперації (рис.).

Основною передумовою розвитку кооперації є неспроможність ефективної реалізації функціональних стратегій підприємств. Основними функціональними стратегіями є виробнича, фінансова, маркетингова, збутова, інноваційна, інвестиційна, інформаційна, ресурсна та ін. Для раціонального використання потенціалу підприємства в межах виконання цих стратегій необхідна досконала система менеджменту, суттєві ресурсні можливості, стійкі конкурентні позиції. Тому для суб'єктів господарювання, що не володіють значним стратегічним потенціалом, доцільним є кооперування з іншими підприємствами.

Останніми роками у сільському господарстві спостерігається зростання ролі агрохолдингів. Поряд з ними дрібні сільськогосподарські виробники виявляються неконкурентоспроможними за розмірами, обсягами діяльності, ресурсними можливостями. Таким чином, виникає потреба в об'єднанні виробничих зусиль у вигляді кооперативів.

На ринку м'яса і м'ясопродукції кооперативи можуть створюватись з метою спільної переробки сировини, тобто кілька сільськогосподарських підприємств, які розвивають м'ясну галузь, можуть побудувати переробний комплекс. Створюючи маркетинговий кооператив, його учасники можуть вирішити питання спільного дослідження ринку, пошуку ринків збуту м'яса або м'ясопродукції, цінового моніторингу. Збутовий кооператив може мати вигляд спільного магазину, де буде реалізована м'ясна продукція.

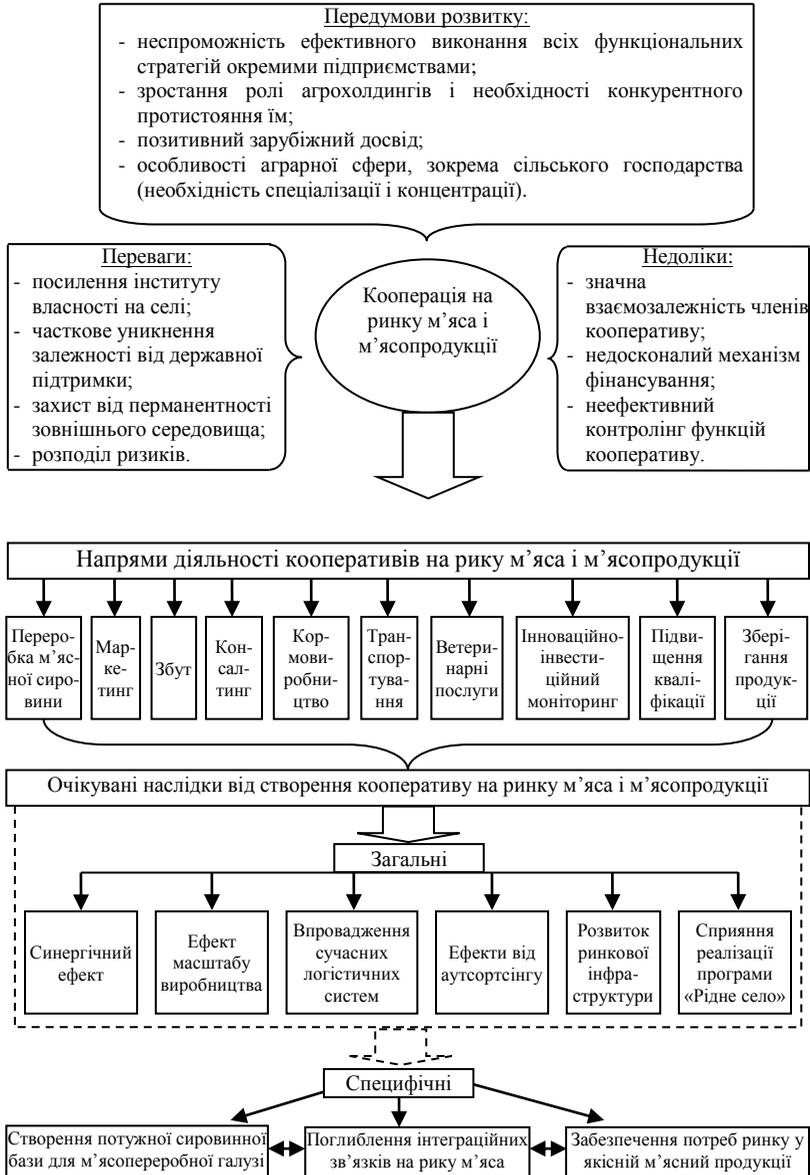


Рис. Стратегічна модель розвитку кооперації на ринку м'яса і м'ясопродукції

Джерело: розроблено автором.

З розвитком ринкових відносин суттєво підвищується роль консалтингу. Консалтинговий кооператив має функціонувати в таких напрямках: дорадча діяльність, правовий захист, управлінський консалтинг. У м'ясній галузі доцільним є створення таких видів кооперативів, як заготівельний, зокрема заготівля кормів (або власне виробництво, або купівля у оптимальних постачальників), при цьому важливого значення має розвиток логістичних систем. Крім того, ефективним може бути створення кооперативної ветеринарної лікарні або аптеки, яка обслуговуватиме кілька підприємств. Для зберігання продукції можлива побудова єдиного складу для готової продукції, оснащеного відповідними технічними засобами, зокрема холодильними камерами.

Таким чином, кооперація на ринку м'яса і м'ясопродукції може проявлятися в різних напрямках, що в цілому сприятиме одержанню синергійного ефекту, скороченню витрат та ефективній реалізації стратегії як кожного господарюючого суб'єкта зокрема, так і ринку даної продукції в цілому.

Висновки. Кооперація – це напрям об'єднання підприємств, що зберігає їх правову, організаційну та економічну самостійність і сприяє підвищенню конкурентоспроможності учасників кооперативу за рахунок ефекту синергії, перерозподілу ризиків та ефективній реалізації функціональних стратегій фахівцями, що, у свою чергу, пов'язано з ефектом аутсорсингу.

У результаті розвитку кооперації на ринку м'яса і м'ясопродукції можна досягти синергійного ефекту від максимальної реалізації проектованої потужності стратегічного потенціалу кожного підприємства у межах кооперативного утворення; ефекту від масштабу виробництва за рахунок пропорційного розподілу витрат і ризиків між функціональними підрозділами кооперативу. За рахунок створення кооперативів можливе впровадження сучасних логістичних систем (ефективний розподіл продукції, оптимальне транспортування), у результаті чого досягається скорочення трансакційних витрат.

Становлення кооперації сприятиме реалізації державної програми «Рідне село», розвитку ринкової і соціальної інфраструктури.

Перспективи досліджень у даному напрямі полягають у порівняльній оцінці конкурентоспроможності агрохолдингів та кооперативів.

Список використаних джерел

1. Довгань О. М. Кооперація – об'єктивна передумова переходу до ринку / О. М. Довгань // Інноваційна економіка: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2011. – № 6. – С. 74–77.

2. Смоленюк А. П. Обслуговуюча сільськогосподарська кооперація: теорія і практика / А. П. Смоленюк // Інноваційна економіка: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2012. – № 8. – С. 64–69.
3. Черевко Г. В. Кооперація як шлях підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств / Г. В. Черевко, Ф. В. Горбонос, Д. Г. Черевко // Вісник Львівської комерційної академії. – 2009. – № 8. – С. 271–282.