

КИЇВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

На правах рукопису

УДК 339.35:339.33:658.846

КАРПЕНКО НАТАЛІЯ ВОЛОДИМИРІВНА

**ГОСПОДАРСЬКІ ЗВ'ЯЗКИ ЗАГОТІВЕЛЬНО-ПЕРЕРОБНИХ
ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИКАМИ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ
ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН**

(на матеріалах заготівельно-переробних підприємств
споживчої кооперації України)

*Спеціальність 08.06.02 - Підприємництво,
менеджмент та маркетинг*

Дисертація

на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Науковий керівник

ГОЛОШУБОВА НІНА ОЛЕКСАНДРІВНА,
кандидат економічних наук, доцент

Київ 1997

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Розвиток ринкових відносин в економіці України супроводжується гострою кризовою ситуацією у всіх її галузях. Зокрема, в агропромисловому комплексі в останні роки набула стійкості тенденція спаду сільськогосподарського виробництва, що пояснює низький рівень насиченості ринку продовольчою продукцією, а отже і значне зменшення споживання населенням основних продуктів харчування. В значній мірі це залежить від незадовільного стану господарських зв'язків суб'єктів продовольчого ринку, що потребують відповідного удосконалення.

Процес доведення продовольчої продукції від товаровиробника до кінцевого споживача в нових умовах господарювання забезпечується взаємодією декількох самостійних, відокремлених ланок - підприємств сільського господарства, сфери заготівель, зберігання та переробки, а також оптової та роздрібної торгівлі. Єдність цих складових, а отже цілісність усього ланцюга господарських зв'язків забезпечується через економічні взаємовідносини партнерів.

На практиці панує значна відокремленість галузей, які формують продовольчий ринок. Як свідчать дані дослідження, ще не вдалося створити ефективної системи формування міжгалузевих взаємовідносин між підприємствами агропромислового комплексу та системи їх регулювання на макрорівні. Такий стан обумовлений, перш за все, відсутністю необхідних наукових рекомендацій щодо забезпечення ефективної взаємодії між підприємствами різних галузей - виробництва, заготівель, переробки, зберігання і торгівлі сільськогосподарською продукцією.

Розповсюджується також тенденція, коли виробник сільськогосподарської продукції відмовляється від послуг посередників, а саме заготівельно-переробних підприємств споживчої кооперації. Але практика показує, що усунення посередників із процесу товаропросування призводить до передачі функцій маркетингу (отже і витрат) виробнику. Все це скорочує обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, ускладнює процес товаропросування, що в одночас впливає і на розвиток продовольчого ринку. Отже немає гарантії, що найбільший прибуток одержить той, хто бере на себе додаткові функції маркетингу, навіть коли відомо, що функції прибуткові.

В економічній літературі проблемі господарських зв'язків, що складаються між підприємствами АПК, приділена певна увага. Останні наукові дослідження з цього питання належать відомим українським економістам-аграрникам Апопію В.В., Гайдуцькому П.І., Коденській М.Ю., Крисальному О.В., Матусевич В.А., Шпичаку О.М. та іншим. Але в їх роботах проблема формування господарських зв'язків, забезпечення їх ефективності недостатньо повно висвітлюється з позицій маркетингу і нових умов господарювання. Практично не розроблені питання відносно створення конкурентного середовища на ринку продовольства, немає методики проведення тут маркетингових досліджень на макро- та мікрорівнях, недостатньо глибоко досліджені проблеми взаємовідносин партнерів, ще не вирішена як слід проблема визначення критеріїв та показників оцінки ефективності

господарських зв'язків між ними тощо.

Взагалі економічні, організаційні, технологічні взаємовідносини заготівельно-переробних підприємств з товаровиробниками аграрної продукції необхідно відродити і удосконалити. Потрібно відпрацювати механізм створення міжгосподарського об'єднання підприємств та забезпечення його ефективного функціонування, визначити форми кооперування, порядок укладання договірних відносин. Крім цього треба визначити нову систему вивчення та прогнозування розвитку продовольчого ринку, якої до цього часу практично не існує. Не менш важливим на цей час стає потреба у розробці методики вибору ринкового партнера, впровадження якої в практику запобігатиме формуванню неефективних господарських зв'язків між ними, сприятиме розвитку продовольчого ринку через встановлення тут відповідного співвідношення між попитом та пропозицією.

Отже, в сучасних умовах проблема формування господарських зв'язків на новій основі, їх оптимізація є дуже актуальною.

Актуальність зазначених проблем обумовила вибір теми дисертаційної роботи, а коло проблем, які потрібно вирішити, визначили мету і завдання наукового дослідження.

Виходячи з цього, **мета дослідження** - розробка рекомендацій щодо формування господарських зв'язків між партнерами-учасниками продовольчого ринку та забезпечення їх ефективного функціонування в умовах ринкової економіки.

Відповідно до мети дослідження були поставлені такі **завдання**:

- * визначити роль та місце заготівельно-переробних підприємств у формуванні продовольчого ринку, а також у процесі доведення сільськогосподарської продукції від виробника до споживача;

- * виявити види господарських зв'язків та особливості їх формування в умовах ринкової економіки, а також фактори, що обумовлюють їх ефективність;

- * визначити критерії та розробити показники оцінки ефективності господарських зв'язків;

- * проаналізувати стан розвитку і ефективність господарських зв'язків заготівельно-переробних підприємств як посередників з товаровиробниками і споживачами сільськогосподарської продукції;

- * проаналізувати організацію руху сільськогосподарської продукції, виявити недоліки у її просуванні на внутрішній ринок;

- * розробити рекомендації щодо проведення маркетингових досліджень та намітити деякі методичні підходи до прогнозування розвитку продовольчого ринку;

- * визначити методичні підходи щодо вибору ринкових партнерів;

- * розробити рекомендації щодо створення та функціонування міжгосподарського об'єднання підприємств з виробництва, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції.

Об'єкт дослідження - заготівельно-переробні підприємства споживчої

кооперації України.

Предмет дослідження - сукупність теоретичних, методичних і практичних проблем, пов'язаних з організацією господарських зв'язків посередницько-збутових підприємств з виробниками та споживачами сільськогосподарської продукції на продовольчому ринку України.

Інформаційною базою дисертаційного дослідження є статистичні дані Державного комітету статистики України, матеріали Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки), Міністерства агропромислового комплексу України, Міністерства економіки України, а також інша інформація, що була зібрана автором безпосередньо на сільськогосподарських, заготівельно-переробних, посередницьких та торговельних підприємствах окремих областей України.

Основними методами дослідження є економіко-математичні, методи економіко-статистичних групувань, порівняльної рейтингової оцінки, відносних і середніх величин, вибіркового спостереження та ін. Для розрахунків використано табличний процесор Microsoft Excel 5,0 для Windows 3.11, що входить до програмного пакету Microsoft Office для ПЕОМ.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному дослідженні проблем формування ефективних взаємозв'язків між господарюючими суб'єктами на продовольчому ринку.

До найбільш суттєвих результатів, які несуть в собі певну наукову новизну відноситься наступне:

- * уточнена сутність поняття “господарські зв'язки” між партнерами-учасниками продовольчого ринку, розроблена класифікація їх видів;
- * визначені фактори, що впливають на ефективність господарських зв'язків, дана їх класифікація;
- * удосконалена класифікація договорів, що укладаються між учасниками господарських зв'язків;
- * визначені критерії та розроблені показники оцінки ефективності господарських зв'язків підприємств-партнерів;
- * запропоновані методичні підходи щодо аналізу стану розвитку та ефективності господарських зв'язків підприємств-учасників продовольчого ринку як складової маркетингового дослідження;

- * визначені етапи та порядок проведення маркетингових досліджень функціонування та прогнозування розвитку продовольчого ринку;
- * надані методичні підходи щодо вибору ринкових партнерів;
- * визначені організаційно-економічні принципи створення та функціонування міжгосподарського об'єднання підприємств з виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції.

Зв'язок дисертаційної роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження, що проведені автором в дисертаційній роботі, ввійдуть як складова частина у госпрозрахункову науково-дослідну тему №156/97 “Перспективи розвитку споживчої кооперації України в ринковому середовищі”, підтему “Споживча кооперація у формуванні та становленні

сільського ринку”, яка на замовлення Укоопспілки виконується творчим колективом у складі провідних вчених Інституту економіки, Інституту права НАН України, Полтавського кооперативного інститута та Львівської комерційної академії і передбачає розробку концепції відродження споживчої кооперації України на новій ринковій основі.

Практичне значення наукових результатів дослідження полягає у:

- * розробці пропозицій з проведення маркетингових досліджень заготівельно-переробними підприємствами споживчої кооперації щодо вивчення і прогнозування кон'юнктури, а також конкурентного середовища продовольчого ринку;

- * розробці конкретних рекомендацій щодо вибору ринкових партнерів, можливості їх застосування для здійснення відповідного програмного забезпечення і виконання необхідних розрахунків з використанням табличного процесору Microsoft Excel 7.0 в операційній системі Windows 95, що входить до програмного пакету Microsoft Office для ПЕОМ;

- * розробці рекомендацій щодо створення та функціонування міжгосподарського об'єднання підприємств з виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції;

- * визначенні заходів щодо удосконалення системи руху сільськогосподарської продукції;

Розроблені пропозиції з формування і оптимізації господарських зв'язків суб'єктів продовольчого ринку при їх практичному використанні дозволять створити певні передумови для подальшого розвитку ринку продовольства України і задоволення попиту покупців на цю продукцію.

Особистий внесок здобувача.

Результати дослідження, які відображені в працях [1], [2], [3] та [7] повністю належать автору.

У публікації [4] автором запропоновані методичні підходи щодо економічного обґрунтування порядку формування розміру разового збору на колгоспних ринках України.

У публікації [5] автору належить висвітлення результатів відповідних економічних досліджень доцільності створення міжгосподарського об'єднання підприємств, розробка організаційно-правових засад його функціонування.

У публікації [6] наведена авторська розробка щодо економічного обґрунтування доцільності створення сількоопзаготпрому на базі споживчого товариства, визначення очікуваного економічного ефекту.

Впровадження і апробація одержаних результатів.

Основні положення дисертації були викладені та отримали схвалення на 2-х наукових конференціях професорсько-викладацького складу ПКІ у квітні 1995-1996рр. та науковій конференції професорсько-викладацького складу КДТЕУ у березні 1997 р., на міжнародній науково-практичній конференції, присвяченій 75-річчю Укоопспілки “Споживча кооперація в перехідний період: проблеми та перспективи” (м.Полтава, травень 1995 р.).

Окремі пропозиції та рекомендації впроваджені в практику діяльності

заготівельно-переробних підприємств споживчої кооперації України. А саме: заготівельних підприємств Луганської облспоживспілки - "Рекомендації по створенню та функціонуванню міжгосподарського підприємства з виробництва, закупівель та збуту сільськогосподарських продуктів і сировини на експорт"(Полтава, 1995 № РК019500У9392 інв.№ 039500У7764; довідка № 79 від 5 червня 1996 р., Луганська ОСС); Мізоцького споживчого товариства Здолбунівського райкоопзаготпрому Рівненської області - "Рекомендації щодо створення та функціонування сількоопзаготпрому на підставі співробітництва з фермерськими господарствами із закупівель та переробки сільськогосподарської продукції" (довідка №133г від 18.10.96р. Здолбунівська райспоживспілка Рівненської області).

Окремі пропозиції та рекомендації автора застосовані при виконанні госпрозрахункових та бюджетних тем:

- "Удосконалення господарського механізму заготівельно-переробного комплексу споживчої кооперації". Заключний звіт (розділ "Економічне обґрунтування переведення овочекартоплесховища Полтавського коопзаготпрому Полтавської ОСС на орендний підряд") - шифр 063/91;

- "Економічне обґрунтування разового збору і ставок платних послуг на колгоспних ринках споживчої кооперації України". Заключний звіт - шифр 118/94;

- "Організаційно-правові засади створення та функціонування міжгосподарського підприємства з виробництва, закупівель та реалізації сільськогосподарських продуктів та сировини на експорт" - шифр 124/95 (довідка ? 53-251/11 від 06.11.97 р., ПКІ).

Результати досліджень дисертаційної роботи з оптимізації господарських зв'язків суб'єктів продовольчого ринку, а саме рекомендації щодо створення міжгосподарського об'єднання підприємств, а також створення сількоопзаготпрому на підставі співробітництва з фермерськими господарствами та деякі інші впроваджені в навчальний процес у Полтавському кооперативному інституті і використовувалися автором при проведенні лекційних та практичних занять з курсу "Основи функціонування сільськогосподарських підприємств, селянських господарств та кооперативів" (довідка ? 27-154/08 від 06.11.97 р., ПКІ).

Публікації. За темою дисертації опубліковано 7 праць загальним обсягом 4,0 друк.арк., із яких дисертанту належить 2,7 друк.арк.

Обсяг і структура. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, викладених на 211 сторінках друкованого тексту, списку використаних джерел із 126 найменувань. Робота містить 61 таблицю, 10 рисунків, 30 формул і 15 додатків.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Захисту підлягають такі основні положення:

1. Аналізуючи стан розвитку ринкових відносин в економіці України, зокрема в АПК, треба зазначити, що тут з'явилася значна кількість нових за

організаційно-правовою формою господарювання та власності підприємств, що потребує негайних змін у механізмі налагодження зв'язків між ними та створенні умов для їх ефективних взаємозв'язків.

Заготівельно-переробні підприємства споживчої кооперації України виступають одним з посередників на продовольчому ринку, зв'язуючою ланкою між виробниками та споживачами цієї продукції. Але внаслідок кризи в економіці, фінансової нестабільності багатьох підприємств споживчої кооперації знизилась ефективність функціонування заготівельно-переробних підприємств, а також їх роль у формуванні продовольчого ринку.

Це пояснюється, по-перше, невизначеністю тут з перерозподілом власності; по-друге, непідготовленістю системи та окремих її робітників до роботи у конкурентному середовищі; по-третє, відсутністю ініціативи, інертністю з боку керівних кадрів та спеціалістів в разі прийняття необхідного рішення.

Але споживча кооперація до цього часу була монопольним господарюючим посередником на ринку, має великий досвід взаємовідносин з виробниками сільськогосподарської продукції, що є пайовиками системи, а також розвинуту матеріально-технічну базу пристосовану для закупівель, переробки та зберігання продукції. Тому вона повинна активізувати роботу по реформуванню заготівельно-переробного комплексу, його існуючих структур, створюючи нові нетрадиційні форми взаємовідносин з виробниками та споживачами аграрної продукції.

2. В агропромисловому комплексі діє широка та досить складна система господарських зв'язків. Від рівня її ефективності в значній мірі залежить кінцевий результат щодо задоволення потреб споживачів і отримання всіма партнерами відповідного прибутку. Господарські зв'язки відображають не тільки економічні відносини, що виникають між партнерами у процесі їх діяльності, а і широке коло інших взаємовідносин між суб'єктами, а саме, суспільних, виробничо-технологічних, фінансових, організаційних.

Проаналізувавши тлумачення поняття "господарські зв'язки", що наводиться в економічних словниках, а також працях відомих економістів В.В.Апопія, В.А.Матусевич, Ф.Г.Панкратова, В.К.Памбухчиянц та інших, в роботі визначено, що *господарські зв'язки - це комплекс взаємовідносин, які складаються між незалежними господарюючими суб'єктами (партнерами) в процесі їх спільної діяльності при виробництві продукції та її просуванні до споживачів, і передбачають, перш за все, забезпечення потреб останніх.*

В роботі визначено комплекс відносин, які виникають між партнерами в процесі їх співробітництва, а також розроблена класифікація видів господарських зв'язків за різними ознаками (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація господарських зв'язків

Ознака класифікації	Види господарських зв'язків (відносин)
<i>Сфера формування виробничих відносин</i>	соціальні організаційно-правові виробничо-технологічні

<i>Приналежність партнерів до галузі</i>	комерційні
<i>Територіальне розміщення партнерів</i>	фінансово-економічні
<i>Наявність (або відсутність) посередника</i>	логістичні
<i>Характер співробітництва партнерів</i>	галузеві
<i>Напрями спільної діяльності партнерів</i>	міжгалузеві
<i>Термін перебування партнерів у взаємовідносинах</i>	внутрішньорегіональні
	міжрегіональні
	міжнародні
	прямі
	непрямі (опосередковані)
	коопераційні
	інтеграційні
	компенсаційні
	консигнаційні
	з виробництва продукції
	із закупівель продукції
	із збуту закупленої та переробленої продукції
	із забезпечення матеріально-технічними ресурсами
	разові
	короткострокові
	довгострокові

3. Ефективність господарських зв'язків обумовлена різноманітними факторами, які впливають на її підвищення чи зниження. Вони підрозділяються на зовнішні (що не залежать від діяльності підприємства), а також внутрішні. Автором визначені основні фактори і розроблена їх класифікація відповідно ознак, що наведені в табл.2. Вплив цих факторів на стан та ефективність господарських зв'язків здійснюється як ізольовано, так і у їх взаємодії.

Таблиця 2

Основні фактори, що впливають на ефективність господарських зв'язків

Фактори	Зміст факторів
Зовнішні <i>Тип і стан розвитку економіки</i>	Характеристики, тенденції та умови розвитку
<i>Державна політика у сфері товарного обігу</i>	Чинні системи оподаткування, кредитування, ціноутворення та законодавча база їх забезпечення
Внутрішні <i>Особливості ринку</i>	Місткість, регіональна концентрація, споживчий сегмент та інфраструктура ринку
<i>Особливості підприємства-виробника</i>	Стан виробництва, рівень спеціалізації, фінансові можливості, наявність і стан виробничої матеріально-технічної бази, ступінь контролю за просуванням товару
<i>Особливості оптових покуців</i>	Характеристика (кількість, рівень спеціалізації, розміри підприємств, їх концентрація, конкурентоспроможність,

Особливості товару	фінансовий стан) Асортимент (широта, глибина, частота попиту, фізико-хімічні властивості), термін споживання, конкурентоспроможність, трудомісткість виробництва та збуту
Форми товароруху	Характеристика форм, їх вибір та умови функціонування
Правова основа господарських зв'язків	Зміст договорів (умови, тривалість господарських взаємовідносин та інші)
Інформаційне, методичне, технічне, кадрове забезпечення	Характеристика, умови застосування, тенденції розвитку

4. З'ясування стану господарських зв'язків між партнерами на продовольчому ринку, в першу чергу, потребує визначення такого поняття як критерій та показники оцінки ефективності.

На думку автора такими критеріями слід визначити:

З позицій споживача :

* своєчасне, в обсязі та асортименті, визначеному попитом споживачів, насичення ринку продовольства виробленою сільськогосподарською продукцією;

* збереження якості продукції через використання доцільних каналів товароруху та придатної для цього складської мережі.

З позицій виробника:

* зростання конкурентоспроможності товару внаслідок участі в господарських зв'язках робітників посередницьких структур, що надають виробнику інформаційні послуги та забезпечують збут їх продукції;

* отримання виробником додаткового прибутку через використання раціональних форм товароруху і видів господарських зв'язків.

5. На підставі критичного аналізу існуючих методик оцінки ефективності взаємовідносин між ринковими партнерами автором запропонована наступна послідовність розрахунку економічного ефекту та показників ефективності господарських зв'язків:

1) визначається результат (тобто ефект) господарських зв'язків через розрахунок номінального та реального чистого прибутку від реалізації виробленої продукції;

2) проводиться розрахунок показників оцінки ефективності прямих та непрямих (опосередкованих) господарських зв'язків;

3) здійснюється розрахунок порівняльних показників оцінки ефективності;

4) визначаються показники, що характеризують стан виконання договірних зобов'язань між господарюючими суб'єктами.

6. Аналіз взаємовідносин між господарюючими суб'єктами є складовою частиною маркетингового дослідження і передбачає виявлення їх стану та тенденцій розвитку. Його проведення дозволило автору визначити, що:

- виробництво сільськогосподарської продукції в Україні здійснюється

господарствами всіх форм власності, причому в період 1991-1996 років частка господарств приватного сектору значно зросла (на 24,2% відносно рівня 1990 року);

- обсяги виробництва сільськогосподарської продукції в цілому та по окремих її видах всіма категоріями господарств за аналізуючий період скоротилися на 34,9%, причому господарства суспільного сектору зменшили цей показник на 52,1%, в той час, як в приватному секторі існує тенденція до зростання обсягів виробництва на 12,2%;

- триває подальше зростання обсягів імпорту сільськогосподарської продукції, що виробляється в Україні в достатній кількості, особливо плодоовочевої продукції ;

- експортний потенціал України на зовнішньому продовольчому ринку значно зменшився;

- намітилася тенденція до зменшення місткості внутрішнього ринку з основних продовольчих товарів, що в свою чергу вплинуло на середньодушове споживання цих продуктів за календарний рік;

- участь заготівельних підприємств в заготівлях сільськогосподарської продукції має тенденцію до скорочення. Разом з цим в значній мірі зростають обсяги реалізації цієї ж продукції самим товаровиробником на ринках, через фірмову мережу, за бартерними угодами, а також шляхом видачі товарів населенню в рахунок оплати праці, тобто має місце пріоритетність прямих каналів збуту цієї продукції безпосередньо споживачеві. В роботі визначається, що зростання обсягів реалізації сільськогосподарської продукції за бартерними угодами свідчить про відсутність фінансової сталості виробника, неможливість розрахуватися з партнерами за надані послуги, що з економічної точки зору не є позитивним.

7. Ступінь розвитку ринку, складність роботи в ринкових умовах в значній мірі залежить від особливостей конкурентного оточення. А це потребує його відповідного аналізу. В роботі на підставі наданої методики розрахунку ринкової частки заготівельно-переробних підприємств споживчої кооперації на продовольчому ринку та ретельного аналізу отриманих результатів зазначено,що:

- серед заготівельних підприємств, що здійснюють посередницьку діяльність на ринку продовольства, підприємствам споживчої кооперації належить значна ринкова частка в закупівлях картоплі та плодоовочевої продукції, як в кількісному, так і у вартісному виразі. Це визначає досить значний рівень її конкурентоспроможності при закупівлях цих видів продукції;

- заготівельно-переробні підприємства споживчої кооперації здійснюють свою діяльність в дорогому ринковому сегменті, що свідчить про досить високий рівень закупівельних цін на окремі види сільськогосподарської продукції, існування певної можливості залучити виробників до співробітництва:

- для досягнення високого рівня конкурентоспроможності заготівельно-переробним підприємствам споживчої кооперації необхідно, в першу чергу, розробити та здійснити стратегію удосконалення взаємовідносин з

виробниками сільськогосподарської продукції, що потребує детального вивчення, а також визначення найбільш ефективних видів та форм господарських зв'язків між ними.

8. Важливе значення в формуванні та здійсненні господарських зв'язків між виробниками та посередниками мають договірні взаємовідносини. В роботі на підставі проведеного аналізу їх стану визначено, що:

- існуюча система взаємовідносин між товаровиробниками і державою в значній мірі не відповідає вимогам цивілізованого ринку, що і впливає на стан виконання договорів на закупівлю аграрної продукції в рахунок регіонального замовлення;

- заготівельні чи заготівельно-переробні підприємства, в основному, укладають договори на закупівлю аграрної продукції з господарствами суспільного сектору, визначаючи термін взаємовідносин строком на один календарний рік, тому значна кількість виробленої продукції в приватному секторі реалізується стихійно, без урахування попиту на неї;

- заготівельно-переробні підприємства споживчої кооперації виступають одним з контрагентів на ринку продовольства і здійснюють свої господарські зв'язки з товаровиробниками суспільного сектору через укладання договорів на закупівлю лише зерна продовольчого, картоплі, плодоовочевої продукції, яєць та окремих видів тваринницької сировини, а з товаровиробниками приватного сектору - через разові закупки сільськогосподарської продукції, на підставі заповнення приймальної квитанції визначеної форми.

9. Важливим елементом господарських зв'язків між суб'єктами, що вступають у взаємовідносини, є процес доведення виробленої продукції до кінцевого споживача, тобто товарорух. На підставі аналізу системи руху продукції на продовольчому ринку в роботі автором визначені переваги та недоліки складської форми товароруху за умов участі в ній заготівельно-переробних підприємств споживчої кооперації, а саме:

переваги: наближення заготівельних підприємств до місць виробництва сільськогосподарської продукції, що зумовлює зростання рівня здійснення заготівельної діяльності; скорочення рівня каналів товароруху завдяки участі у розподілі сільськогосподарської продукції одного посередника (однорівневий канал розподілу); зменшення транспортних, навантажувально-розвантажувальних витрат тощо; запобігання зростанню витрат сільськогосподарської продукції внаслідок зменшення рівня каналів товароруху, що впливає на збільшення обсягів продукції, необхідної для задоволення потреб населення; можливість здійснення тривалого зберігання та первинної переробки продукції, що дозволить забезпечувати населення нею в міжсезонний період;

недоліки: в разі відсутності транспортних засобів у посередника ско-рочуються обсяги заготівель, складського зберігання та переробки сільськогосподарської продукції в цехах малої потужності; вплив низького рівня платоспроможності заготівельно-переробних підприємств на стан заготівельної діяльності та ефективність використання матеріально-технічної бази; незабезпеченість заготівельно-переробних підприємств споживчої кооперації відповідною кількістю тари, а також її незадовільний стан; за умов наявності

зазначених недоліків відсутність можливості здійснити заготівельну діяльність через використання її прогресивних методів, а саме - подвірний об'їзд, проведення зустрічного продажу тощо.

10. Відповідно до мети наукового дослідження в роботі визначені основні шляхи оптимізації господарських зв'язків ринкових суб'єктів. А саме доводиться, що на підставі проведення маркетингового дослідження щодо вивчення та прогнозування розвитку продовольчого ринку, правильного вибору ринкового партнера, а також створення на нових принципах міжгосподарського об'єднання підприємств з виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції можна встановити оптимальні зв'язки, забезпечити ефективність взаємодії партнерів.

11. Автором пропонуються етапи і методологічна послідовність проведення маркетингового дослідження щодо вивчення стану та прогнозування розвитку продовольчого ринку (рис.1):

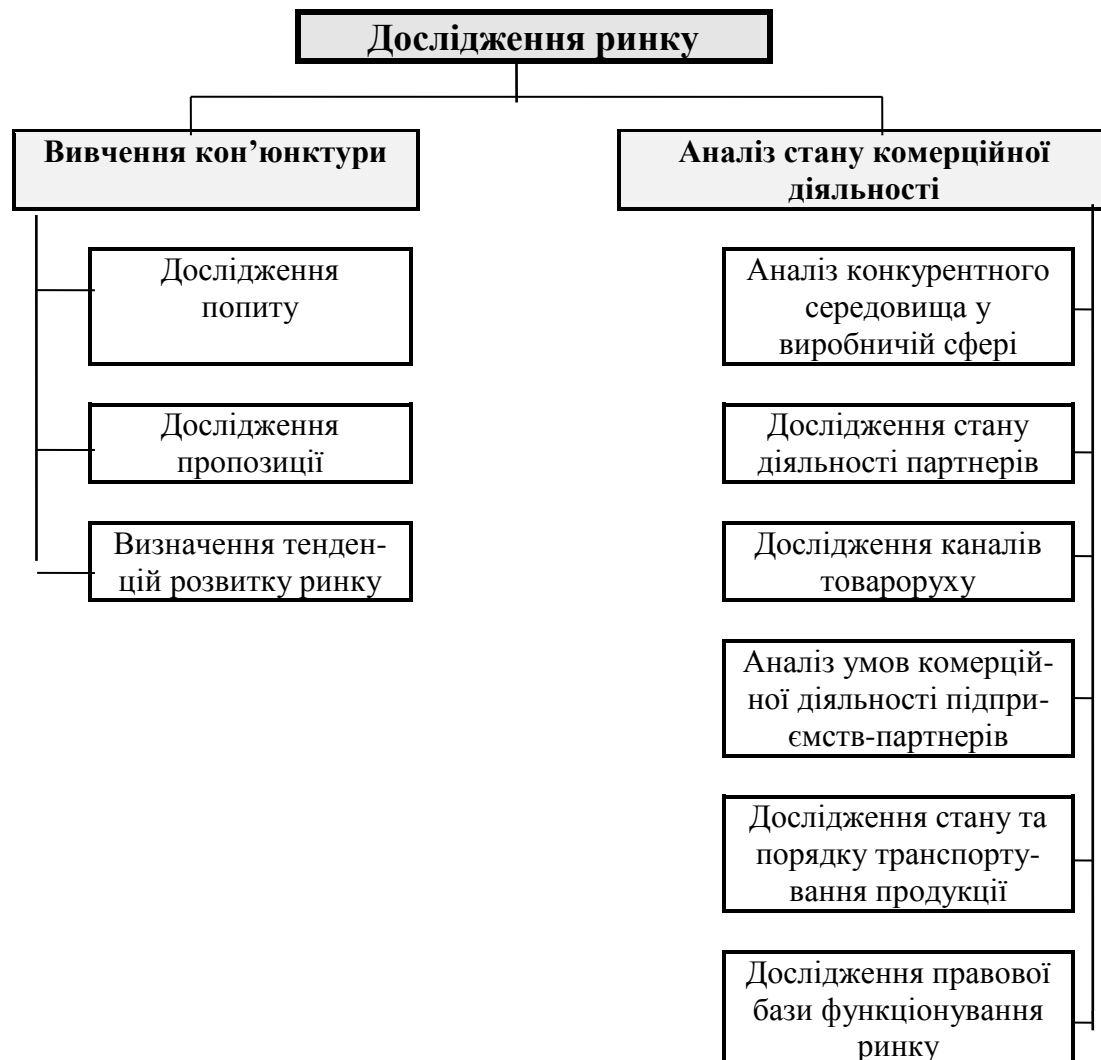


Рис.1. Порядок проведення маркетингового дослідження продовольчого ринку

А саме аналіз кон'юнктури продовольчого ринку дисертантом

пропонується здійснювати через дослідження попиту, пропозиції на ринку, а також визначення тенденцій його розвитку (рис.2):



Рис.2. Порядок проведення дослідження кон'юнктури продовольчого ринку

Для вивчення кон'юнктури продовольчого ринку в роботі наводиться ціла система показників, що характеризують стан розвитку виробництва сільськогосподарської продукції та її переробки, динаміку та напрямок зміни кон'юнктури внутрішнього ринку, обсяги реалізації продукції через роздрібні торговельні підприємства та посередницькі структури, рівень зовнішнього товарообороту, показники рівня цін на внутрішньому та зовнішньому ринку.

З точки зору автора проведення маркетингового дослідження щодо вивчення стану розвитку та прогнозування продовольчого ринку дозволить підприємствам-учасникам здійснити стратегічне та поточне планування діяльності; забезпечувати більш успішне здійснення економічної та соціальної діяльності; визначити обсяги виробництва; розробити відповідну експортну політику; визначити стратегію, тактику, методи і засоби формування попиту та стимулювання збуту; здійснити оцінку ефективності господарської діяльності; розробити пропозиції щодо диверсифікації виробничої діяльності підприємства.

12. Ефективність господарських зв'язків в значній мірі залежить від економічно обгрунтованого вибору ринкового партнера. Тому в роботі запропонована поетапна методика вибору можливого ринкового партнера, яка, на думку автора, повинна спиратися на визначення його конкурентоспроможності, відповідати основним вимогам, що до них пред'являються, а отже, утримувати наступні етапи:

Етапи методики вибору можливих ринкових партнерів

1. *Діагностика мети та намірів партнерів.*
2. *Аналіз ринкової частки партнерів.*
3. *Оцінка структури ринкової частки.*
4. *Аналіз стану матеріально-технічної бази та організації заготівельної діяльності і товароруху.*
5. *Визначення фінансового рейтингу ринкового партнера.*
6. *Узагальнення результатів дослідження та розробка відповідних пропозицій щодо вибору партнера.*
7. *Побудова матриці вибору можливих ринкових партнерів.*

Кожен з етапів дослідження передбачає розрахунок підсумкового значення і може бути використаний самостійно для проведення часткового дослідження.

Заключним етапом методики вибору ринкового партнера є побудова матриці, тобто класифікація партнерів відповідно їх позиції на ринку та рівня фінансового стану. Співставлення в матричній формі ринкової частки підприємства в закупівлях сільськогосподарської продукції та рівня його фінансового стану, надає можливості визначити, що не завжди підприємство-посередник, яке має значну ринкову частку, заслуговує на увагу виробника.

Схематично матриця вибору можливих ринкових партнерів представлена на рис.3.

Рівень фінансового стану Φ_i		Ринкова частка $Д_i$		Групи підприємств		
				1	2	3
				з домінуючою ринковою часткою (> 1)	з середньою ринковою часткою ($=1$)	з високою ринковою часткою (< 1)
1	високий		1	2	3	
2	середній		4	5	6	
3	низький		7	8	9	

Рис.3. Матриця вибору можливих ринкових партнерів

Впровадження запропонованої в роботі методики вибору ринкового партнера дозволить, на думку автора, з'ясувати такі питання відносно можливих ринкових партнерів: їх конкурентну привабливість та конкурентоспроможність; наміри щодо змін у господарській діяльності; кадровий потенціал та його кваліфікаційний склад; ринкове положення та ринкову частку; стан розвитку матеріально-технічної бази, її придатність до потреб суб'єкта дослідження; організацію системи товароруху, її позитивні ознаки та недоліки; фінансовий та економічний стан, їх стійкість та привабливість; можливість налагодження ефективних взаємозв'язків на

відповідній правовій основі.

13. До механізму оптимізації господарських зв'язків суб'єктів продовольчого ринку віднесено методика створення та функціонування міжгосподарського об'єднання підприємств з виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції. В роботі автором визначається послідовність, правові та методологічні засади створення такого об'єднання, а також підтверджується практичне застосування наведеної методики при розробці та впровадженні рекомендацій в практичну діяльність заготівельно-переробних підприємств споживчої кооперації окремих областей України.

Необхідно зазначити, що створення міжгосподарського об'єднання підприємств з виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції сприятиме, на думку автора, насиченню ринку продовольства продукцією внаслідок збільшення обсягів її виробництва сільськогосподарськими підприємствами; скороченню витрат обігу, що пов'язані з процесом доведення аграрної продукції до споживача; забезпечить виробництво та реалізацію якісної продукції на продовольчому ринку, попит на яку значний, а перспектива зменшення напруги на ринку на ці продукти у найближчі часи неймовірна; вплине на ефективність діяльності партнерів агропромислового формування.

Створення міжгосподарського об'єднання підприємств дозволить також удосконалити існуючу систему товароруку, а саме: забезпечить її функціонування на принципах маркетингової логістики; сприятиме використанню доцільної форми товаропросування, що відповідає особливостям продукції; скоротить рівень каналів розподілу через наявність відповідної матеріально-технічної бази для здійснення заготівельно-збутової та переробної діяльності; забезпечить ефективне управління запасами продукції, що знаходяться у власній складській мережі; надасть можливість своєчасно отримати та використати інформацію відносно обсягів виробництва продукції, потреб у ній споживачів, наявності належних транспортних засобів і можливості постачання цієї продукції у роздрібну торговельну мережу; забезпечить скорочення витрат тари і витрат, що пов'язані з її утриманням.

ВИСНОВКИ

У дисертації розглянуто сутність та стан господарських зв'язків заготівельно-переробних підприємств з виробниками сільськогосподарської продукції в умовах ринкових відносин, розроблено науково-методичні положення їх формування і рекомендації щодо оптимізації.

Внаслідок проведених досліджень у дисертації було уточнено сутність поняття “господарські зв'язки”; розроблено класифікацію їх видів; визначено та класифіковано фактори, що впливають на їх ефективність; визначено критерії та розроблено показники оцінки ефективності господарських зв'язків підприємств-партнерів на продовольчому ринку.

Застосування методів економіко-статистичних групувань, відносних і

середніх величин, економіко-математичних методів, а також вибіркового спостереження дало змогу здійснити аналіз взаємовідносин між господарюючими суб'єктами продовольчого ринку, виявити їх стан та тенденції розвитку. Основними елементами дослідження стали: стан розвитку продовольчого ринку з вивченням виробництва, реалізації та споживання окремих видів товарів; стан взаємовідносин між виробниками сільськогосподарської продукції і її кінцевими оптовими споживачами; система товароруку сільськогосподарської продукції; конкурентне середовище в сфері посередницьких структур, що діють на продовольчому ринку.

Запропоновані методичні розробки відносно оптимізації господарських зв'язків, зокрема, методологічна послідовність проведення маркетингового дослідження щодо вивчення та прогнозування розвитку ринку; поетапна методика вибору можливого ринкового партнера; організаційно-економічні принципи створення та функціонування міжгосподарського об'єднання підприємств направлені на підвищення ефективності діяльності виробників сільськогосподарської продукції, удосконалення посередницьких функцій заготівельно-переробних підприємств.

Практичне використання розроблених у дисертації науково-методичних положень і рекомендацій дозволить створити певні передумови для подальшого розвитку продовольчого ринку України і задоволення попиту покупців на цю продукцію.

Основні положення дисертації викладено в роботах:

1. Карпенко Н.В. Роль заготівельно-переробних підприємств споживчої кооперації у формуванні продовольчого ринку//Економіка АПК.- 1997.- №3, с.68-71.

2. Карпенко Н.В. Нові форми міжгалузевої інтеграції//Маркетинг: стан і основні напрями розвитку.: Зб.наукових праць.-К.:КДТЕУ,1997.- с.115-117.

3. Карпенко Н.В. Маркетинг и прогнозирование продовольственного рынка// Бизнес-информ.- 1997.- №22, с.72-77

4. Огуй Н.И., Мироненко В.С., Карпенко Н.В. Рекомендации по обоснованию ставок платных услуг, разового сбора на рынках Украины. Заключительный отчет. - Полтава.: Полтавский кооперативный институт, 1994.- ? РК 019500У6025, инв.? 029500У3404.

5. Карпенко Н.В., Никитина А.А., Огуй Н.И. Рекомендации по созданию и

функціонуванню міжхозяйственного підприємства по виробництву, закупкам и сбыту сельськохозяйственных продуктів и сиров на експорт. - Полтава.: Полтавський кооперативний інститут, 1995. - №РК019500У9392, инв.№ 039500У7764.

6. Никитина А.А., Огуй Н.И., Мироненко В.С., Карпенко Н.В., Тарасенко Н.Н. Создание селькоопзаготпромів как прогрессивное развитие заготовительно-перерабатывающей деятельности потребительской кооперации. //Сборник статей профессорско-преподавательского состава по итогам бюджетных научных исследований кафедр за 1991-1995 гг.- Полтава.: Полтавський кооперативний інститут, 1996. - с.11-12.

7. Карпенко Н.В. Економічні підходи до формування розміру ринкового збору на ринках України.// Потребительская кооперация в переходный период: проблемы и перспективы: Материалы (тезисы) международной научно-практической конференции, посвященной 75-летию Укоопсоюза. 24-25 мая 1995 г.- Полтава; ЦУМК Центросоюза, 1995.- с.55.

АНОТАЦІЇ

Карпенко Н.В. Господарські зв'язки заготівельно-переробних підприємств з виробниками сільськогосподарської продукції в умовах ринкових відносин. Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.02 - підприємництво, менеджмент та маркетинг. Київський державний торговельно-економічний університет, Київ, 1997.

Дисертацію присвячено проблемі оптимізації господарських зв'язків суб'єктів продовольчого ринку України. Запропоновано класифікацію видів господарських зв'язків. Визначені та досліджені фактори, що обумовлюють їх ефективність, а також критерії та показники оцінки ефективності господарських зв'язків. Проведено аналіз стану та визначені тенденції розвитку господарських зв'язків. Запропонована послідовність проведення маркетингового дослідження щодо вивчення та прогнозування розвитку продовольчого ринку. Визначені основні методичні підходи щодо вибору ринкових партнерів. Розроблено рекомендації щодо створення міжгосподарського об'єднання підприємств з виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції.

Основні результати роботи впроваджені в практичну діяльність окремих заготівельно-переробних підприємств споживчої кооперації України.

Ключові слова: господарські зв'язки, ринок продовольства, заготівельно-переробні підприємства, посередницька діяльність, збутова діяльність, маркетингові дослідження, ринкові партнери, міжгосподарське об'єднання підприємств.

Карпенко Н.В. Хозяйственные связи заготовельно-перерабатывающих предприятий с производителями сельскохозяйственной продукции в условиях рыночных отношений. Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.06.02 - предпринимательство, менеджмент и маркетинг. Киевский государственный торгово-экономический университет, Киев, 1997.

Диссертация посвящена проблеме оптимизации хозяйственных связей субъектов продовольственного рынка. Предложена классификация видов хозяйственных связей. Определены и исследованы факторы, обуславливающие их эффективность, а также критерии и показатели оценки эффективности хозяйственных связей. Проведен анализ состояния и определены тенденции развития хозяйственных связей. Предложена последовательность осуществления маркетингового исследования продовольственного рынка. Определены основные методические подходы к выбору рыночных партнеров. Разработаны рекомендации по созданию межхозяйственного объединения предприятий по производству и реализации сельскохозяйственной продукции.

Основные результаты работы внедрены в практическую деятельность отдельных заготовительно-перерабатывающих предприятий потребительской кооперации Украины.

Ключевые слова: хозяйственные связи, рынок продовольствия, заготовительно-перерабатывающие предприятия, посредническая деятельность, сбытовая деятельность, маркетинговые исследования, рыночные партнеры, межхозяйственное объединение предприятий.

Karpenko N.V. Economic ties between procuring and processing enterprises and produce growers under market economy. - Manuscript.

The thesis is submitted for a degree of Candidate of Economic Sciences, speciality 08.06.02 - Entrepreneurship, management and marketing. Kyiv State Commercial and Economic University. Kyiv, 1997.

This thesis deals with the issue of optimisation of business ties between the participants of farmers' market. The thesis also

- * classifies the different types of business relations;
- * determines the factors governing the effectiveness of these business ties;
- * estimates and analyzes the criterion and tendencies of their

development.

Methodological consistency in the market research approaches to choosing market partners and forming joint industrial complexes are followed and recommended.

Some consumer cooperatives procurement and processing enterprises in Ukraine have been practicing the recommendations of this research.

Key words: economic ties, farmers' market, procuring and processing enterprises, brokerage, selling, market researches, market partners, joint industrial complexes.