Регіональні ПЕРСПЕКТИВИ

4-5(29-30) 2003

НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ЖУРНАЛ • 22631

Полтавський національний технічний університет ім. Ю. Кондратюка

Полтавський університет споживчої кооперації України

Інститут економіки та нових технологій

ПЕРЕДПЛАТНИЙ ІНДЕКС 22631

НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

Регіональні Перспективи

№ 4-5 (29-30) 2003 р.

Видається з листопада 1997 р. Виходить дванадцять разів на рік.
Свідоцтво про державну реєстрацію КВ 2797,
видане 4.09.1997 р. Міністерством інформації України.

Співзасновники:

Полтавський національний технічний університет ім. Ю. Кондратюка

Полтавський університет споживчої кооперації України

Інститут економіки та нових технологій ім. Ю.І. Кравченка

Редакційна рада:

В.В. Гришко – голова редакційної ради, доктор економічних наук, голова Полтавської обласної ради; **В.О. Дорохін** – ректор Полтавського університету споживчої кооперації України, професор; **М.І. Залудяк** - кандидат економічних наук; **О.Г. Онищенко** – ректор Полтавського національного технічного університету ім. Ю. Кондратюка, доктор технічних наук, академік, голова ради ректорів вищих навчальних закладів Полтавського регіону; **В.І. Пила** – доктор економічних наук, професор, заступник директора Науково-дослідного економічного інституту Міністерства економіки та європейської інтеграції.

Редакційна колегія:

О.С. Чмир - доктор економічних наук (Київ); **Г.В. Балабанов** - доктор географічних наук (Київ); **А.П. Голіков** - доктор географічних наук (Харків); **В.П. Дубіщев** - доктор економічних наук (Полтава); **Т.С. Клебанова** - доктор економічних наук (Харків); **К.Р. Курбанов** - доктор технічних наук (Кременчук); **Ю.М. Краснов,** доктор економічних наук (Київ); **І.А. Маркіна** - кандидат економічних наук (Полтава); **В.М. Московкін** - доктор географічних наук (Харків); **С.С. Ніколенко** - доктор економічних наук (Полтава); **В.Ю. Некос** - доктор географічних наук (Харків); **В.О. Онищенко,** доктор економічних наук (Полтава); **Л.В Руденко** - кандидат економічних наук (Київ); **Д.М. Стеченко** - доктор економічних наук (Київ); **О.Г. Харічкін** - кандидат економічних наук (Черкаси); **В.Я. Чевганова** - кандидат економічних наук (Полтава).

Головний редактор О.А. Палант.

Верстка А.В. Міщенко. Літредактор О.О. Яркова.
Коректори Т.Р. Третяк, О.А. Лялюк.

© Назва, концепція, зміст і дизайн журналу "РП" є інтелектуальною власністю редакції "Регіональних перспектив" і охороняється законом про авторські і суміжні права.

При передруці посилання на журнал "РП" обов'язкове.
Матеріали друкуються мовою оригіналу.

Здано до набору 20.05.2003 р. Підписано до друку 01.06.2003 р.
Формат 64x80 1/8. Ум.-друк. арк. - 27,46. Обл.-вид. арк. - 33,65.
Наклад на замовлення.

Адреса редакції: 39602, Кременчук-2, вул. Павлова, 10, кв. 4.
Тел./факс: (05366) 3-30-38, 3-62-96.
E-mail: perspektiva@ukrpost.net, region_p@mail.ru.

Видано Асоціацією "Перспектива". Надруковано редакційно-видавничим центром Інституту економіки та нових технологій.
39600, Кременчук, вул. Пролетарська, 24/37. Замовлення № 7/13.

**АСОЦІАЦІЯ "ПЕРСПЕКТИВА"
КРЕМЕНЧУК**

Зміст*

Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка

5 Сокур М.І., Циба Т.Є. Статистичні методи в управлінні енергозбереженням

8 Залєсов М.Д., Охременко О.П. Реструктуризація у вугільній галузі та її наслідки

10 Залознова Ю.С. Економічна діагностика інвестиційних проектів при прийнятті управлінських рішень

12 Гудз Е.С. Перспективи розвитку відновлюваних джерел енергії в Україні

15 Горобець О.І., Приходько Л.С. Структура конкуренції в просуванні товарів на споживчий ринок

17 Крекотень І.М. Ринок землі як складова ринку нерухомості

19 Шелест С.О. Проблеми ціноутворення на споживчому ринку промислових товарів

21 Татаринов В.В. Деякі аспекти інноваційної діяльності

24 Сідненко М.В. Проблеми інноваційної стратегії напівпровідникової промисловості

25 Прокопенко В.Л. Удосконалення методів кількісної оцінки регіональних відмінностей в споживанні населення

29 Кабанова О.О. Стан ринку праці в аспекті соціально-трудової політики

Економічна теорія та історія

32 Яковенко Л.І. Державне регулювання продовольчого ринку

34 Похилюк В.В. Теоретичні засади державного регулювання аграрним сектором економіки

36 Зюкова Н.Б. Державне регулювання національного продовольчого ринку

** Усі статті номеру друкуються за рішеннями Вчених рад відповідних наукових та навчальних закладів та за рекомендаціями до публікації наукових керівників.*

** Журнал, як засіб масової інформації, може друкувати матеріали всіх жанрів і тематики. Але, відповідаючи на запитання окремих читачів, **редакція вважає за доцільне нагадати, що як наукові фахові публікуються тільки ті статті, повідомлення, огляди тощо, тематика яких окреслена рамками галузей економічних наук, економічних груп спеціальностей і економічних спеціальностей, визначених "Переліком спеціальностей, за якими проводиться захист дисертацій на здобуття наукових ступенів кандидата наук і доктора наук, присудження наукових ступенів і присвоєння вчених звань", затвердженим ВАК України.***

38 Губенко В.І. Коригування при вступі України до СОТ зовнішньоекономічної діяльності АПК
39 Савченко В.М., Саловська Л.В. Фінансове регулювання економіки (історичний аспект)
41 Левченко Г.І. Продовольча безпека як складова економічної безпеки України
43 Дядечко Л.П., Малигіна В.Д. Продовольча безпека країни: сутність та практика забезпечення
46 Логвин М.М. Соціально-економічний погляд на продовольчу проблему
48 Школьний О.О. Організаційні основи формування ринку екологічно чистої продукції
50 Жаворонкова Г.В., Кисіль А.І. Формування продовольчого ринку у віртуальному просторі
52 Масленніков Є.В. Сутність стійкості економічних систем
54 Хлевицька Т.Б. Роль логістики в формуванні торговельного доходу суб'єктів продовольчого ринку
56 Макарова Н.М. Стратегічне управління і планування: реалії і перспективи
58 Полив'яна О.В. Механізм формування експортного потенціалу АПК України

Економіка галузей господарства

60 Колодинський С.Б. Позиціювання компанії на продовольчому ринку
62 Ковпак Н.П., Ковпак О.Г. Оцінка конкурентоспроможності торговельних підприємств – суб'єктів продовольчого ринку
64 Добрянська В.В. Вивчення поведінки споживачів на продовольчому ринку
66 Бровко О.Г., Гордієнко Г.С. Економічні проблеми якості шоколаду
68 Дробиш Л.В. Проблеми кадрового забезпечення підприємств і організацій системи споживчої кооперації
70 Балабан М.П. Оптові бази споживчої кооперації в інфраструктурі аграрного ринку
74 Тупчій Ю.І. Конкурентоспроможність підприємств торгівлі: фактори, що її визначають
76 Краснокутський О.Я. Місце об'єктів харчування в інфраструктурі туризму
79 Сагалакова Н.О. Роль споживчої кооперації у формуванні регіонального продовольчого ринку

Ресурсне забезпечення продовольчого ринку

82 Павлов В.І. Ресурсне забезпечення продовольчого ринку Волині
83 Скляр Г.П. Економічні умови розвитку заготівель як напряму діяльності споживчої кооперації
86 Безкровна Н.З., Булгакова О.В. Проблеми формування ринку йогуртів
89 Остряніна С.В. Можливості використання моделі М. Портера у маркетингових дослідженнях на регіональному ринку молокопродуктів
91 Пархоменко Н.М. Прогнозування ресурсного забезпідп
печення регіонального продовольчого ринку 144
вол
146
лат

Механізми регулювання економіки

94 Свиноус І.В., Довбуш В.В. Роль і місце особисті
селянських господарств в аграрному виробництві
96 Павліха Н.В. Раціоналізація землекористування з м
тою ресурсного забезпечення продовольчого ринку в р 14
гіоні ро
97 Іванюта С.М., Іванюта В.Ф. Аналіз виробництва о 15
новних видів сільськогосподарської продукції на Украї еф
та в Полтавській обл. (1940-2000 рр.) 15
100 Сосновська О.О. Стан і актуальні проблеми функ та
іонування свинарства 15
101 Мартинишин Я.М. Аналіз та прогнозування вироб ік
ництва ярих зернових культур 15
105 Сисоліна Н.П. Деякі напрями підвищення ефектив м
ності виробництва 15
107 Слісаренко І.О. Проблеми забезпечення країни кон ві
курентоспроможною продукцією АПК р
108 Галич О.А. Економіко-організаційний механізм фор 1
мування ринку молока в Полтавській обл. р
110 Березнюк С.В. Кооперування підприємств з агро- ч
хімічного обслуговування з сільгосппідприємствами 1
112 Дейнеко О.В. Методичні особливості оцінки рівня с
енергетичної безпеки підприємств 1
е
1
н

Економіка, організація і управління підприємствами

115 Костишина Т.А. Проблеми та перспективи ринкової трансформації оплати праці на підприємствах України
117 Чорномаз В.С. Виробнича діяльність споживчої кооперації – важливе джерело формування продовольчого ринку
119 Шишкова О.Є. Використання елементів стратегічного планування в діяльності торговельних підприємств
121 Наумчик А.О. Досвід створення і функціонування аграрних фінансово-промислових груп у Республіці Білорусь
123 Спасова Т.П. Основні чинники та проблеми розвитку торгівлі підприємств споживчої кооперації
126 Біловол Р.І. Розвиток організаційних структур продовольчого ринку системи споживчої кооперації
130 Боровиков О.В., Смірнов О.О. Маркетингова стратегія торгової марки "Світанок" на ринку напоїв
134 Юркова І.Б. Розвиток активних форм продажу товарів споживчою кооперацією Республіки Білорусь
135 Безпарточний М.Г. Продовольчий ринок та сировинне забезпечення взуттєвих підприємств регіону
138 Величко О.В. Заробітна плата як фактор ефективного функціонування
140 Штефан В.Г. Проблеми оплати праці персоналу підприємств торгівлі
142 Безгінова Л.І. Оцінка фінансової стійкості

- молкомбінат "Придніпровський";
- Магдалинівський маслозавод;
- ВАТ "Павлоградський міськмолзавод".

Молокопереробним підприємствам Дніпропетровського району постачають сировину для переробки колективні та державні сільськогосподарські підприємства, селянські (фермерські) господарства й особисті підсобні господарства населення з різних районів. До споживачів продукція підприємств-виробників поступає через ринки, готелі, кафе, ресторани, їдальні та мережу магазинів.

З метою визначення споживчих мотивацій на молокопродукти для підвищення ефективності виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції, прогнозування конкурентного становища фірм-виробників, було проведено дослідження шляхом анкетування реальних та потенційних споживачів товарів молочної групи. Генеральну сукупність опитуваних становили жителі м. Дніпропетровська віком від 18 до 80 років. Вибірка анкетованих проходила з такими характеристиками як стать, вік, район міста в якому проживає.

При визначенні питомої ваги молочних продуктів у раціоні респонденти відповіли, що вживають молочний продукт 1 раз на день — 42%, не щодня — 38%; 2 рази на день — 20%.

З відповідей з'ясовано, що найважливішими характеристиками молоко продукції, на яку звертають увагу споживачі при купівлі, є:

- термін зберігання (на 1-му місці);
- вміст жиру та смакові властивості (на 2-му місці серед важливих якостей товару);
- відсутність консервантів.

Ці параметри є найважливішими для покупців і визначають вибір серед продукції виробників-конкурентів.

За даними досліджень, у споживанні населенням молочних і кисломолочних продуктів (не рахуючи власне молока) домінує сметана (66%), сири (75%), масло (66%) і кефір (40%).

Найменш популярні з групи молочних продуктів — солодкі сирки (20%) і дитяче харчування (3%).

На запитання про конкурентоспроможність вітчизняної молокопродукції проти імпортної, більшість опитаних відповіли, що вона є конкурентноспроможною (94% респондентів), неконкурентоспроможною (1% респондентів), не визначились (5% респондентів).Однак, незважаючи на те, що в цілому показники якості молока вітчизняних виробників нижчі, ніж у розвинених країнах (по середній жирності, вмісту білка, смакових властивостях), спостерігається конкурентна боротьба за сировинну базу, розширення долі на ринку молочної продукції, завоювання інтересу і прихильності споживача.

Як показують дослідження, виробники молочної продукції можуть значно покращити її конкурентоспроможність, збільшити показники ефективності виробництва шляхом розширення товарного асортименту, підвищення якості продукції й повної орієнтації своєї діяльності на споживача.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Захарченко В.И. Тенденции развития пищевой промышленности в Украине // Фондовый рынок. — 2001. — 17 апреля. — С. 225.

2. Калінчик М.В., Шовкалюк В.С. Рівень споживання продуктів харчування як основа розробки стратегії і розвитку АПК // Економіка АПК. — 2001. — № 3. — С. 205.

3. Мостенська Т.Л. Проблеми розвитку молочного виробництва в Україні // Економіка АПК. — 2001. — № 6. — С. 405.

4. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: Инфра-М, 2000. — 312 с.

ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ РИНКУ МОЛОКА В ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛ.

О.А. Галич.
м. Полтава.

Сучасні економічні та соціальні перетворення в Україні спрямовані на формування ринкових відносин і підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємств. Сьогодні досягнуто певних зрушень поступального розвитку економіки. Але ще існує багато невирішених питань, які залишаються під постійною увагою політиків, економістів, науковців. Одним з них є проблема формування ринку продовольства.

Розвиток товарного аграрного виробництва передбачає об'єктивну необхідність становлення ринку з відповідними йому інфраструктурою, категоріями і методами регулювання, оскільки вони є його обов'язковими компонентами. Без них не існує ринку, а без ринку — ефективного товарного виробництва. Тому поступальний розвиток суспільного поділу праці визначає адекватне формування ринкових відносин.

Становленню та розвитку ринку, зокрема продовольчого, присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Але і сьогодні проблема досліджена не повністю, оскільки особливості функціонування окремих продовольчих ринків висвітлені недостатньо. З огляду на це метою нашого дослідження є визначення основних особливостей економіко-організаційного механізму формування ринку молока у Полтавському регіоні.

Актуальність проблеми обумовлюється тим, що міра зрілості та ефективності ринкових перетворень вбачається населенням у наповненні продовольчого ринку товарами, які користуються попитом і є умовою забезпечення життєдіяльності людини.

Молоко — унікальний продовольчий продукт, який досі штучно не синтезований у світі. Цінність молока полягає в тому, що до його складу входять понад 100 компонентів: жири, вуглеводи, вітаміни, ферменти, гормони, мінеральні речовини тощо. У ньому міститься 12,5-13% сухих речовин, з них жиру — 3,8, білка — 3,3, молочного цукру — 4,8, макро- і мікроелементів — 1%.

Дорослій людині необхідно споживати за добу 1,5 кг молока. Мінімальна норма споживання молока і молокопродуктів — 341 кг на рік, а раціональна — 380 кг в перерахунку на незбиране.

Ринок молока є сферою взаємодії його суб'єктів стосовно забезпечення виробництва і вільного руху аграрної сировини, продовольчих товарів, технологій, засобів виробництва і послуг аграрної науково-технічної продукції, сукупністю соціально-економічних відносин у сферах виробництва та обігу, що визначають вузлові аспекти руху аграрної продукції через купівлю (продаж), тобто він віддзеркалює реальні процеси відтворення аграрних продуктів і сфери товарного обігу, що базуються на чисельних організаційно-економічних методах використання ринкових відносин.

Аграрний сектор економіки є складною економічною системою, яка не спроможна на однотипних засадах забезпечувати виробництво сировини, її переробку і реалізацію готової продукції. Це визначає залежність задоволення продовольчих потреб населення від узгодженості

функціонування сільського господарства, підприємств з переробки сировини і торгівлі. З огляду на це в сільському господарстві лише започатковується можливість формування фонду продовольства і ринку.

Вихідний етап формування ринку продовольства характеризується стихійністю обміну, що пов'язано з поступовим переходом до ринкових відносин і одночасним відходом від державного регулювання аграрних товаропотоків, перебудовою системи постачання населенню продуктів харчування, трансформуванням традиційних взаємозв'язків виробників продовольчих товарів зі споживачами, удосконаленням збуту готової продукції. Зазначені зміни породжують потребу оптимізації шляхів виживання суб'єктів підприємництва, пристосування їх до роботи у специфічних ринкових умовах.

Ситуація на регіональному ринку молока, перш за все, характеризується станом аграрного сектора, що виробляє сільськогосподарську сировину, його продуктивністю, ефективністю функціонування.

У першій половині 90-х рр. Полтавська обл. за валовим надоєм та реалізацією молока займає третє місце серед областей України і друге — у зоні Лісостепу. У 2000 р. аграрними підприємства Полтавської обл. вироблено 588,7 тис. т молока, що на 54,2 тис. т (8,4%) менше рівня 1999 р. За 10 років виробництво молока в області знизилось на 727,4 тис. т, або 55,3%, через зменшення поголів'я та продуктивності корів. Виробництво молока зменшилось на 447,9 тис. т в результаті скорочення поголів'я корів в аграрних підприємствах області на 177,2 тис. гол. (43,2%) і на 279,5 тис. т — внаслідок зниження продуктивності корів на 681,5 кг (21,2%).

У 1990 р. питома вага молока, виробленого в особистих господарствах, становила 19,1%, у 1995 р. — до 34,4%, а у 2000 р. — 51,9%. Але збільшення виробництва молока в особистих господарствах на 64,9 тис. т (25,9%) не компенсувало його зменшення в крупних сільськогосподарських підприємствах на 792,3 тис. т (74,4%) [1]. Це пояснюється, перш за все, тим, що особисті господарства зорієнтовані на споживання продукції всередині господарства, а крупні підприємства — на наповнення ринку молокопродукцією, вони є господарствами товарного типу.

Формування регіонального ринку молокопродукції потребує опрацювання чіткої політики оптимізації каналів просування продукції.

В умовах командно-адміністративної економіки держава здійснювала контроль за реалізацією всієї продукції через державне замовлення. Це визначило існування лише 2 каналів просування сільськогосподарської продукції — державне замовлення і колгоспний ринок. Усунення системи централізованих державних заготівель молока обумовило труднощі з його продажем і одночасне посилення конкуренції на ринку збуту. Водночас втрата традиційних каналів продажу не супроводжувалась налагодженням нового механізму реалізації продукції, що призвело до зменшення обігових коштів у товаровиробників, поширення бартерних операцій, розрахунків з працівниками продукцією власного виробництва, збоїв у розрахунках за поставлену продукцію.

Загальні обсяги реалізації молока та молочних продуктів крупними аграрними підприємствами мають чітку тенденцію до зменшення. У 2000 р. ними реалізовано всього 212,2 тис. т молока (22,5% рівня 1991 р.) при одночасній трансформації структури ринкових каналів продажу: скорочені питомої ваги реалізації заготівельним організаціям та збільшенні частки інших ринкових каналів.

Аграрні підприємства, у яких молочне скотарство було одним з основних джерел забезпечення рівномірного надходження коштів протягом року, через несвоєчасність розрахунків молокопереробників суттєво знизили обсяги продажу їм сировини (з 98,8% у 1991 р. до 60% у 2000 р.). Натомість збільшилась питома вага реалізованого та спожитого молока без промислової переробки. Так, реалізація молока крупними підприємствами через власні магазини та з коліс у 2000 р. становила 26,1% загального обсягу його реалізації (на 25,7% більше, ніж в 1991 р.), через систему громадського харчування та в рахунок оплати праці — зросла з 0,8% загального обсягу реалізації у 1991 р. до 6% у 2000 р. За бартерними угодами у 2000 р. було реалізовано 7,3% молока, хоча цей канал порівняно з 1999 р. звузився на 2,3% [1].

Одним з чинників спаду обсягів реалізації продукції харчовій промисловості є створення у багатьох аграрних підприємствах власних мініцехів з переробки молока в процесі адаптації до ринкових умов, з метою подолання монополізму переробних підприємств. Останні здебільшого диктують комерційні умови виробникам: ціни на сировину занижують порівняно з цінами готової продукції, затримують розрахунки за передану на переробку сировину. У 2000 р. малі переробні підприємства Полтавського регіону переробили 11% незбираного молока.

Особисті господарства населення останнім часом збільшують продаж молока переробним підприємствам. Однак обсяг продажу ще недостатній: у 2000 р. вони реалізували 138274 т молока (у 2,8 разу більше, ніж в 1999 р.) — 49,2% загального обсягу молока, проданого заготівельним організаціям всіма категоріями аграрних підприємств.

У 2000 р. 56,2% молока, виробленого особистими господарствами населення, використано на власне споживання, продано на сільських ринках, через вуличну торгівлю, згодовано тваринам і частково втрачено. Причиною відносно низької товарності молока в особистих господарствах є недостатня матеріальна зацікавленість виробників у реалізації його переробним підприємствам, оскільки їх закупівельні ціни нижчі ринкових більш ніж у 2 рази.

З метою збільшення обсягів заготівель молока від особистих господарств переробні підприємства впроваджують нові механізми взаємовідносин з товаровиробниками: обладнання в населених пунктах молокоприймальних пунктів, вдосконалення системи взаємних розрахунків тощо. В інтересах селян освоюється система розрахунків не лише грошима, а й товарами повсякденного попиту, доставка молока до молокоприймальних пунктів із залученням транспортних засобів місцевих жителів, тари та ремонту молокозаводів.

Важливим принципом формування регіонального ринку молока є повна насиченість його вітчизняними продовольчими товарами високої якості за доступними цінами. Сільськогосподарські виробники, підприємства харчової промисловості і торгівлі, що раніше працювали в умовах жорстко встановлених господарських зв'язків, виявились не готовими до формування якісно нових ринкових відносин, що негативно вплинуло на рівень виробництва продовольчих товарів. Зниження обсягів виробництва, високі ціни матеріальних ресурсів, зниження платоспроможності населення обумовили подальший спад виробництва продуктів його переробки та погіршення використання потужностей молокопереробної промисловості.

У 1999-2000 рр. обсяг виробництва вершкового масла молокопереробною промисловістю Полтавської обл. знизився на 16,9 тис. т (у 3 рази), продукції з незбираного молока (у перерахунку на молоко) — на 146,7 тис. т (у 4,2 разу), сирів жирних (включаючи бринзу) — на 7,8 тис. т (у 2,5 разу) [2].

Ринок молока і молокопродукції має специфічні особливості: це продукція першої необхідності, тому потрібно своєчасно, в необхідному обсязі, асортименті, враховуючи вік, стать, національні традиції, стан здоров'я споживачів, задовольняти їх потреби; попит на молоко і молочні продукти постійний і повсякденний; масло вершкове, тверді сири, сухе та згущене молоко добре транспортуються, мають широкий ринок збуту, а молоко незбиране, сметана, кефір, вершки не можуть зберігатись тривалий час, тому потребують оперативної поставки, необхідної упаковки, що визначає тяжіння їх ринку збуту до зон виробництва і має локалізований характер; різноманітність органолептичних, харчосмакових, санітарно-гігієнічних вимог до продукції залежить від сегмента ринку, традицій харчування, рівня добробуту та інформованості споживачів; необхідність функціонування певної виробничої бази та інфраструктури ринку щодо зберігання, сортування, транспортування і продажу продукції.

Філософія продовольчого ринку полягає в тому, що виробник і переробник аграрної продукції мають водночас виробниче і ринкове мислення щодо організації виробництва, його мети і засобів її досягнення. Так, виробниче мислення зводиться до того, щоб визначитися з виробництвом конкретних видів продовольства з орієнтацією на кон'юнктуру, забезпечити їх просування на ринок і збільшити надходження прибутку через зростання обсягів продажу. Ринкове мислення полягає в тому, що виробник орієнтується на певний сегмент ринку (цільового споживача), як основний засіб просування товару на ринок використовує скоординовану маркетингову діяльність, а метою вважає одержання прибутку не взагалі, а шляхом задоволення запитів конкретних покупців. Рушієм виробництва молока та молочних продуктів є потреби, смаки, запити та

вимоги кінцевих споживачів, тобто аграрні та переробні підприємства у своїй діяльності повинні дотримуватись основного постулату підприємницької діяльності: виробляти те, що можна продати, а не продавати те, що виробляється.

Отже, ринок молока Полтавського регіону знаходиться на етапі формування і здебільшого характеризується стихійністю розвитку. В результаті аграрних перетворень розширились права і можливості аграрних товаровиробників: самостійне визначення напрямків діяльності, структури, обсягів виробництва і реалізації продукції, використання прибутків на власний розсуд. Головною метою функціонування молокопродуктового підкомплексу Полтавської обл. є забезпечення населення продовольчими товарами, її досягнення залежатиме від ефективності і злагодженості функціонування всіх суб'єктів ринку молока — аграрних підприємств різних форм власності та господарювання, фермерських та особистих господарств, підприємств переробної промисловості та ринкової інфраструктури. В подальшому розширених досліджень потребують питання оптимізації умов адаптації окремих суб'єктів ринку продовольства до економічного середовища.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Сільське господарство Полтавщини: Статист. зб. — Полтава: Державний комітет статистики України, Полтавське обласне управління статистики, 2002. — 124 с.

2. Виробництво товарів народного споживання: Статист. зб. — Полтава: Державний комітет статистики України, Полтавське обласне управління статистики, 2001. — 82 с.

3. Савченко С.В. Основні напрями забезпечення продовольчої безпеки // Економіка АПК. — 2002. — № 7. — С. 72-77.

4. Саблук П.Т. Стратегічні напрями аграрних реформ — перехід на інноваційну модель // Економіка АПК. — 2002. — № 12. — С. 7-13.

КООПЕРУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОХІМІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ З СІЛЬСЬКОГОСП ПІДПРИЄМСТВАМИ

С.В. Березюк.
м. Умань.

Агропромисловий комплекс відіграє вирішальну роль у створенні ефективної економіки нашої країни. Однак в економічному плані ситуація в сільському господарстві з року у рік погіршується. Основна причина полягає у формальності проведених реформ та невирішені ряду питань, пов'язаних безпосередньо з діяльністю сільськогосподарських підприємств. Адже демократизація виробничих відносин та децентралізація економічної влади принесли сільськогосподарським товаровиробникам не тільки нові переваги у проведенні виробничої діяльності та стимулюванні бізнесу, а й багато нових проблем [1]. В їх числі такі, як:

- послаблення та ліквідація державного контролю за ціноутворенням в паливно-енергетичному комплексі, промисловості, на транспорті та інших галузях народного господарства, що призвело до зростання диспаритету цін, утискові інтересів і погіршення фінансового стану товаровиробників АПК;

- невиправдано поспішна ліквідація централізованих систем постачання сільських товаровиробників і закупок сільськогосподарської продукції [2].

Сучасний розвиток сільського господарства супроводжується неповним використанням наявних виробничих резервів, недостатньої інтенсифікації виробництва продукції [3]. Одним із свідчень цього є зменшення виробництва продукції рослинництва. Так, урожайність озимої пшениці у 2002 р. в порівнянні з 1990 р. зменшилась удвічі. І це не єдиний приклад.

Однією з головних причин такого стану справ в галузі рослинництва є незадовільне агрохімічне забезпечення в наслідок неплатоспроможності сільськогосподарських товаровиробників. Так, якщо в 1990 р. на 1 га ріллі було внесено 141 кг.д.р./га, то у 2001 р. — 18 кг д.р./га. Як свідчать приведені вище дані, внесення мінеральних добрив зменшилось майже у 10 разів.

Важкий економічний стан сільськогосподарських підприємств неодмінно позначився на фінансовому стані агрохімічної служби внаслідок значного зменшення виробництва останніх, що спричинило зростання цін на послуги даної служби.

Необхідні реальні шляхи, щоб на економічній основі, а не механічно, об'єднати зусилля всіх підприємств і організацій АПК для поступового збільшення виробництва продукції та підвищення ефективності сільського господарства. Економічне обгрунтування виробничих зв'язків повинно враховувати всі фактори, які впливають на виробництво [3].

Одним з можливих шляхів виходу агрохімічної служби України та сільськогосподарських підприємств з кризи, на нашу думку, є кооперація на районному рівні. Не викликає сумніву, що перший крок до більш досконалої організації сільського господарства повинен включати відродження господаря на землі [4].

Отже, важливе місце в багатоукладній структурі нашої економіки повинна займати саме кооперація, яка сьогодні має важливе значення для багатьох підприємств, як надійний спосіб їх виходу з важкого економічного стану. Кооперація повинна сприяти інтенсивному розвитку виробництва, становленню еквівалентності обміну на внутрігалузевому і міжгалузевому рівнях, підвищенню конкурентоздатності і ефективності, створенню умов для фінансової стабілізації підприємств [5]. Досвід ба-

Таблиця 1. Вартість агрохімічних послуг підприємств різного роду власності, грн.

Показники	Сільськогосподарське підприємство	ВАТ «Райагрохім»	Багатофункціональний обслуговуючий агросервісний кооператив
Внесення :			
- мінеральних добрив	10,14	13,99	9,63
- органічних добрив	43,74	60,36	41,55
Підживлення	12,23	16,88	11,61
Обприскування	15,42	21,28	14,69