

- професійна підготовка кадрів, які залучаються до обслуговування новітніх технологічних ліній та сучасної сільськогосподарської техніки;

- забезпечення потреб населення високоякісною недорогою сільськогосподарською продукцією.

Важливу роль в програмі повинні відігравати соціально-економічні заходи поліпшення рівня життя і соціального захисту акціонерів і працівників СЗАТ, а саме:

- 1) створення нових робочих місць для жителів села;
- 2) забезпечення регулярної оплати праці;
- 3) соціальний захист дітей та пенсіонерів;
- 4) досягнення додаткового фінансового захисту СЗАТ шляхом комплексного страхування, який мінімізує можливість банкрутства СЗАТ і забезпечує його беззбитковість. Фінансова міць СЗАТ, в свою чергу, дає змогу розвивати соціальні програми в необхідному обсязі. Передбачається, зокрема, фінансування таких програм:

- страхування життя, здоров'я, майна, додаткової пенсії;
- медичне обслуговування та оздоровлення людей;
- виплата додаткової допомоги на дітей та інвалідів.

Створення підприємств – СЗАТ, де основними засновниками виступають селяни, які отримали сертифікат на право на земельну частку (пай), повністю відповідає діючому законодавству України. Виходячи з цього, запропонована схема реформування земельних відносин у сільському господарстві пропонується як ефективний варіант виходу із існуючої кризової ситуації.

*Савицька В.Г., аспірант (Київський
національний економічний університет)*

СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ НА ВИРОБНИЦТВІ МОЛОКА - ШЛЯХ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРЮВАННЯ РЕФОРМОВАНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розглянуто проблеми формування ринку молока та молочних продуктів як чинника забезпечення підвищення ефективності господарювання аграрних підприємств, що мають молочну спеціалізацію.

Ключові слова: молочна сировина, молочні продукти, якість молока, конкурентоспроможність, ринок молока і молочних продуктів, реформування аграрних підприємств.

Господарства, які серйозно займаються виробництвом молока, досягають значної економічної ефективності господарювання. Це забезпечується високою продуктивністю поголів'я, дотриманням технології годівлі та утримання корів, запровадженням активної маркетингової політики.

Для господарств з виробництва молока в "доринковий" період молоко було тільки товаром, який як сировина надходив на молокопереробні підприємства. За сучасних умов молоко для сільськогосподарських підприємств є і товаром і сировиною. Сировиною молоко є, якщо переробляється безпосередньо на сільськогосподарських підприємствах і на давальницьких умовах на

молокопереробних підприємствах.

Молочна сировина в Україні має низькі показники якості порівняно з міжнародними стандартами, що пов'язано насамперед з невикористанням генетичного потенціалу молочної худоби, захворюваннями молочного стада, низьким забезпеченням повноцінними кормами, устаткуванням та технологіями виробництва, які використовують сільськогосподарські підприємства, підприємства і молочні заводи. Так, у 1998 р. 91% молока реалізовано першим сортом, а в 1990 р. ця частка становила 95%. На 50 % зросла кількість молока, яке повернуто господарствам як брак. Вміст жиру становив 3,41 % проти 3,5 % за 1986-1990 рр. Молоко має підвищенні показники кислотності та механічної забрудненості. До цього часу якість молока оцінюється лише за показником жирності, а не за вмістом білка, як у країнах з розвинутою економікою. Якщо будувати ринок молока і молочних продуктів на повній переробці молочної сировини та білка, то це дасть додаткові доходи молочної промисловості та сільськогосподарським підприємствам.

В Україні через низький рівень промислової переробки сировинний потенціал молока використовується лише на 60-70%, а тому допускаються значні перевитрати його на одиницю готової продукції. Так, для одержання 1 кг казеїну у нас витрачається 45 л знятого молока, в той час як в Західній Європі – лише 32 л. Недосконале обладнання та технології не дозволяють забезпечити жирність "селянського масла" на рівні 82%, а тільки 72%.

Економічний стан, який склався на ринку молока і молочної продукції в Україні, далекий від ідеального. Для ринку молока і молочних продуктів характерно катастрофічне зниження обсягу пропозиції (виробництво молока і молочних продуктів) та попиту (споживання населенням). На сучасному етапі виробництво молока сконцентровано переважно в особистих підсобних господарствах. Так, у 1999 р. вони виробили 64,6% молока, тут було зосереджено 52,7 % поголів'я корів. В зв'язку з цим постає проблема заготівлі молока.

Ринок молока і молочних продуктів можна розділити на такі рівні: великооптовий, дрібнооптовий, оптово – роздрібний, роздрібний. Великооптовий ринок забезпечує надходження та розподіл молока і молочних продуктів, які надходять з молочних ферм на заготівельні та переробні підприємства. На дрібнооптовому ринку здійснюється перерозподіл молока та молочних продуктів невеликими партіями у сфері торгівлі. Для цього виду ринку характерні товарообмінні операції, давальницька переробка молока і молочних продуктів. Оптово - роздрібний ринок виконує функцію розподілу і доведення молока та молочних продуктів до посередницьких організацій й до кінцевих споживачів. Це селянські ринки, які мають оптові секції і оптові форми продажу продукції, а також транспортування молока і молочних продуктів роздрібним продавцям. І, нарешті, роздрібний ринок виконує зв'язок з прямим споживачем продукції. Це реалізується через стаціонарні торгові заклади та селянські ринки.

Протягом 1990-1999 рр. відбулася реструктуризація ринку молока і молочних продуктів. Основними стали такі канали реалізації молока: заготівельним організаціям, споживспільці, населенню (в т.ч. натуроплата), на ринку через власні магазини, ларки, палатки, за бартерними угодами.

Монополізм переробних підприємств вплинув на створення сільськогоспо-

дарськими товаровиробниками власних переробних потужностей, що зменшує сировинну базу молокопереробних підприємств, не забезпечує глибокої переробки, високої якості та широкого асортименту молочної продукції. В той же час це дозволяє сільськогосподарським підприємствам відшкодовувати виробничі витрати і отримувати прибуток.

При функціонуванні загального ланцюга молокопереробного підкомплексу (виробництво - переробка - зберігання) ланка виробництва має нерівноправні умови з іншими. Для формування вітчизняного ринку молока і молочних продуктів велике значення має вивчення та врахування досвіду ринкової економіки індустріально розвинутих країн, де багато уваги придається укрупненню контрагентів, що сприяє концентрації попиту і пропозиції.

*Савченко В.Д., кандидат економічних наук,
доцент (Харківський державний аграрний
університет)*

НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ НОВОСТВОРЕНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розкривається необхідність організації виробничої діяльності новостворених підприємств на основі довгострокового контракту і внутрішньогосподарського планування.

Ключові слова: міжрегіональний контракт, регіональний контракт, аграрний лізинг, аграрні кредитні спілки.

Новостворені сільськогосподарські підприємства в сучасних умовах господарювання вирішують три основні завдання: фінансове оздоровлення, погашення заборгованості (у випадках правонаступництва) та пошук надійних і економічно заінтересованих інвесторів.

Однією з визначальних передумов функціонування новостворених підприємств в умовах ринку виступає трансформація форм власності. З метою нейтралізації небажаного впливу на діяльність підприємства певних служб, взаємодія з якими не передбачена статутом, бажаним було б задекларувати інститути системи агробізнесу (інфраструктуру).

Економічною метою формування сучасної системи аграрного бізнесу доцільно визнати пошук оптимальних умов розвитку новостворених підприємств. Основною соціальною метою має стати досягнення повної зайнятості як на національному рівні, так і на регіональному, а також забезпечення відповідної "якості" системи робочих місць і умов використання робочої сили в сільському господарстві. Важливим стратегічним елементом політики аграрного бізнесу в соціальній сфері є вирішення проблем територіальної організації (географічного розміщення) і виділення відповідних територій з метою уникнення небажаного впливу підприємств на навколишнє середовище.

Стратегія розвитку новостворених підприємств принципово залежить від характеру державного (регіонального) замовлення. Замовлення може бути одноразовим і довгостроковим. За довгострокового замовлення підприємство