

# МАРКЕТИНГ-СБЫТОВОЙ КООПЕРАТИВ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ: ПОНЯТИЯ, ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ

**Е. В. Будович, Т. В. Будович**

*Гомельский государственный технический университет  
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель С. Е. Астраханцев

Необходимость создания кооперативов фермерскими хозяйствами определяется преимуществами и возможностями кооперации. Кооперация направлена на решение следующих задач:

- объединить усилия субъектов хозяйствования на выполнение установленных функций, осуществить концентрацию средств на приоритетных направлениях производства, переработки и сбыта продукции;
- рационально и эффективно использовать земельные, трудовые и материально-технические ресурсы за счет оптимизации их расхода;
- расширить возможности внедрения достижений научно-технического прогресса, передовых технологий в сельском хозяйстве и перерабатывающих отраслях, применение высокопроизводительной техники и высококвалифицированного труда;
- мотивировать использование передовых методов организации производства, стимулирование труда;
- расширить возможности приобретения материально-технических ресурсов, переработки и сбыта произведенной продукции;
- обеспечить создание благоприятных производственных и социальных условий для работников, усиление заинтересованности в производительном труде и рост качества жизни [1].

С целью выявления проблем развития фермерских хозяйств и их отношения к кооперации нами в феврале 2009 г. был проведен опрос глав фермерских хозяйств, членов ОО «Ассоциация фермеров Гомельской области». Структура ответов на вопрос: «Основные проблемы Вашего фермерского хозяйства?» представлены на диаграмме (рис. 1).

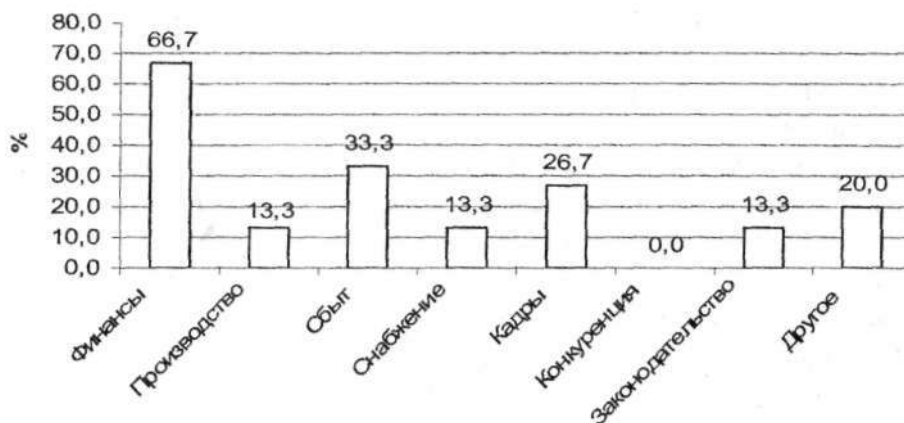


Рис. 1. Распределение ответов фермеров на вопрос о проблемах их хозяйств

Таким образом, основной проблемой фермерских хозяйств является недостаток финансовых средств, на втором месте - проблемы со сбытом продукции.

Опрос показал, что кооперацию рассматривают как перспективный путь развития или способ решения существующих проблем 60 % фермеров. Предпочтения фермеров относительно вида кооператива отражены на диаграмме (рис. 2).

Более половины опрошиваемых (53,3 %) выбрали маркетинго-сбытовой кооператив, 33,3 % - кооператив по сбору и обработке продукции, 13,3 % - производственный, т. е. в целом предпочтение было отдано потребительским кооперативам.

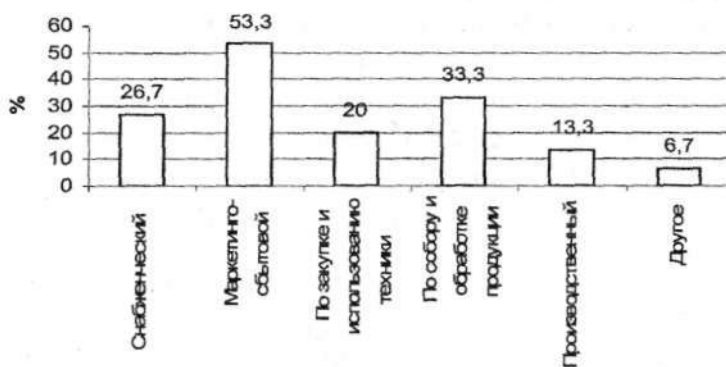


Рис. 2. Предпочтения фермеров в отношении вида кооператива

Проанализировав результаты проведенного опроса, мы пришли к выводу о целесообразности рассмотрения вопросов о сущности, функциях и возможностях создания в республике фермерскими хозяйствами маркетинго-сбытовых кооперативов. Сбыт произведенной продукции через кооператив выгоден каждому его члену. Так, сельскохозяйственным товаропроизводителям не надо создавать собственную сбытовую сеть и маркетинговые службы, вести переговоры со многими торговыми посредниками или непосредственными потребителями продукции. Кооперация позволяет товаропроизводителям своевременно реализовывать сельскохозяйственную продукцию, снизить потери на стадии перевозки и переработки, повысить доходность хозяйств и увеличить объемы производства.

Маркетинго-сбытовой кооператив является одним из видов потребительских кооперативов, которым по Гражданскому кодексу (ст. 116) признается добровольное объединение граждан либо граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных (имущественных) и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов.

Данный потребительский кооператив может выполнять следующие функции:

- изучение рынка сбыта и реклама продукции;
- предоставление членам кооператива информации о рыночной конъюнктуре, а также потенциальных партнерах по сбыту;
- согласование реализационной цены на продукцию;
- предпродажная подготовка продукции;
- хранение и транспортировка продукции;
- продажа продукции;
- проведение взаиморасчетов за проданную продукцию.

В зарубежных странах среди фермерских кооперативных образований сбытовые кооперативы получили наиболее широкое распространение. Их основной функцией является обеспечение реализации фермерской продукции. Концентрируя предложение сырья, кооперативы могут обеспечить более высокий уровень цен реализации. В странах ЕС на долю сбытовых кооперативов приходится около 55 % реализуемой фермерами продукции. Значительный опыт эффективной работы фермерской сбытовой кооперации накоплен во Франции. В этой стране более 160 тыс. владельцев специализированных и многоотраслевых ферм по выращиванию скота и птицы являются членами 564 кооперативов, которые объединены в Национальную федерацию сельскохозяйственных кооперативов по мясному животноводству. В экспорте сельскохозяйственной продукции из Франции на долю кооперативов приходится до 40 % продаж живого скота и мяса [2].

В России правовой основой для создания и развития системы сельскохозяйственных кооперативов является Федеральный закон «О сельскохозяйственной кооперации», принятый в 1995 г. Закон определяет порядок образования кооперативов как производственных, так и потребительских, их реорганизации и ликвидации, основы деятельности.

В нашей республике не принят Закон «О сельскохозяйственной кооперации», но при создании потребительского кооператива фермерские хозяйства в праве действовать, руководствуясь положениями Гражданского кодекса и Закона «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Республике Беларусь». Закон определяет правовые, организационные, экономические и социальные основы создания и деятельности потребительских обществ, их союзов в Республике Беларусь.

Потребительские общества и союзы потребительских обществ приобретают права юридического лица с момента их государственной регистрации. Для государственной регистрации потребительского общества в регистрирующий орган представляются (ст. 39):

- заявление, оформленное в установленном порядке;
- копия протокола общего собрания учредителей потребительского общества о создании потребительского общества, об утверждении его устава, о выборах органов управления и ревизионной комиссии, подписанного председателем и секретарем собрания;
- два экземпляра копии устава потребительского общества;
- документ о юридическом адресе (месте нахождения) потребительского общества;

- платежный документ, подтверждающий внесение платы за государственную регистрацию потребительского общества.

Сотрудничество фермеров путем создания потребительских кооперативов в нашей стране не развито. Так, в Гомельской области не существует ни одной такой организации. По-нашему мнению, предпосылкой создания фермерами потребительских кооперативов, в том числе и маркетинго- сбытовых, может стать развитие такой формы партнерства, как простое товарищество.

Деятельность простого товарищества регулируется положениями Гражданского кодекса. В соответствии со ст. 911 ГК по договору простого товарищества (договору о совместной деятельности) двое или несколько лиц (товарищей) обязуются соединить свои вклады и совместно действовать без образования юридического лица для извлечения прибыли или достижения иной, не противоречащей законодательству цели. Вкладом признается все то, что товарищи вносят в общее дело, в том числе деньги, иное имущество, профессиональные и иные знания, навыки и умения, а также деловая репутация и иные связи.

Так, фермеры для осуществления сбыта продукции могут заключить договор простого товарищества. В качестве вклада один фермер может внести арендуемое помещение и торговое оборудование, а другой - хранилище и денежные средства.

Проанализировав положения о простом товариществе, мы выделили следующие, которые могут привлечь фермеров:

1) для образования простого товарищества необходимо заключить договор, который устанавливает обязанности сторон друг перед другом, т. е. не нужно регистрировать свое объединение в порядке, предусмотренном законодательством о государственной регистрации юридических лиц, что значительно экономит время;

2) по договору простого товарищества участники действуют без образования юридического лица, т. е. фермерские хозяйства остаются самостоятельными организациями, при этом сотрудничают при решении общей проблемы (в нашем случае проблемы сбыта);

3) договор простого товарищества может быть заключен на срок, т. е. фермеры могут, заключив договор, совместно работать определенное время. Если к истечению срока договора фермеров не устраивают результаты общего дела, то они расторгают договор. А в противном случае они будут продолжать сотрудничать, что позволит устанавливать новые связи, расширить поиск новых идей, проектов, развивать отношения партнерства, и в дальнейшем приведет к их экономическому укреплению.

#### Литература

1. Гусаков, В. Г. Методологические основы развития кооперативной системы в АПК Беларуси / В. Г. Гусаков // Весці нац. акад. навук Беларусі Сер. аграр. навук. - 2004. - № 4. - С. 5-14.
2. Сушко, В. Механизм функционирования фермерских кооперативов в зарубежных странах / В. Сушко // Аграр. экономика. - 2008. - № 11. - С. 30-35.