

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ОБСЛУГОВУЮЧИХ КООПЕРАТИВІВ

Н. І. Степаненко, к. е. н., доцент

Житомирський національний агроекологічний університет

*Ідентифіковано особливості формування товарної політики кооперативних підприємств на засадах структурної збалансованості у контексті їх адаптації до бізнес-середовища. Теоретично обґрунтовано важливість визначення продуктового профілю кооперативного підприємства.*

**Постановка проблеми.** Особливості товарної політики сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу детермінуються іманентними характеристиками діяльності кооперативного підприємства, що вибудовується на засадах взаємозв'язку, взаємозалежності та взаємодоповнення комплексу соціально-економічних та екологічних потреб членів-власників кооперативу. Товарна політика сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу як процес формування портфелю агросервісних послуг та управління ним передбачає забезпечення збалансованості товарного профілю сільгосптоваровиробників в якості окремих суб'єктів агробізнесової діяльності й товарного профілю кооперативного підприємства як засобу координації дій щодо ресурсного забезпечення, виробництва та маркетингу продукції у різних часових горизонтах. Зважаючи на системоутворюючу роль товарної політики в організації та функціонуванні сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу та її поліфункціональність, товарна політика розглядається як філософія взаємодії та координації підприємницької діяльності сільгосптоваровиробників, як інструмент стратегічного і кон'юнктурного управління, як засіб забезпечення переваг у конкурентному середовищі, а також як метод пошуку успішних у комерційному відношенні рішень на основі формування унікальної ринкової пропозиції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Ключові концептуальні підходи щодо формування товарної політики підприємства як інструменту маркетингу обґрунтовано у наукових працях зарубіжних і вітчизняних дослідників, зокрема Л. Балабанової, Т. Дудара, С. Гаркавенко, Е. Гуммессона, В. Кардаша, Ф. Котлера, Т. Левітта, Р. Фатхутдинова. Актуальні проблеми теорії, методології та

практики функціонування сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів є предметом дослідження таких вітчизняних вчених, як Ф. Горбонос, В. Зіновчук, Л. Молдаван, А. Пантелеймоненко та ін. Проте недостатньо дослідженим для кооперативного сектора аграрного товаровиробництва залишається питання формування товарної політики на засадах структурної збалансованості в контексті забезпечення ринкової адаптації сільгосптоваровиробників.

**Мета та методика дослідження.** Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методологічних засад формування товарної політики сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на основі структурної збалансованості за рахунок ідентифікації системи комплементарних зовнішніх та внутрішніх параметрів бізнес-процесів з метою обґрунтування дієвих управлінських рішень. Методологія дослідження ґрунтується на системному підході, за яким товарна політика кооперативного підприємства розглядається в контексті взаємоузгодженості і взаємодоповнюваності маркетингової, управлінської та економічної складових.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Цільова орієнтація кооперативного маркетингу на гармонізацію інтересів сільгосптоваровиробників, споживачів та суспільства представляється центральним елементом парадигми товарної політики кооперативних підприємств, що створює підґрунтя для застосування дієвих інструментів адаптації до впливу на діяльність сільгосптоваровиробників, особливо дрібних, конкурентних сил та контактних аудиторій. Внутрішні імперативи товарної політики сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу значною мірою визначаються фундаментальними принципами кооперації, зокрема, добровільність членства передбачає економічну доцільність участі сільгосптоваровиробника у спільній ринковій поведінці в межах кооперативного об'єднання, яка досягається за рахунок задоволення потреб аграріїв у економічно обґрунтованому наборі агросервісних послуг як інструмента підвищення ефективності їх діяльності; демократичність управління прямо вимагає фокусування на реалізації принципу «подвійної якості», сутність якого полягає в тому, що надання якісних послуг кожному з членів кооперативу дозволить забезпечити створення в кінці продуктового ланцюга ринкового продукту високої якості; обов'язковість участі членів-власників у діяльності кооперативу дає змогу забезпечити стратегічне управління товарним портфелем підприємства; просвітництво та участь у розвитку сільських територій відображають діяльність кооперативів як соціальних організацій з економічним змістом, зумовлюючи

необхідність формування товарного профілю кооперативу на засадах корпоративної соціальної відповідальності.

Системоутворюючим чинником формування товарної політики сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів є забезпечення збалансованості задоволення потреб як учасників ринкового обміну, так і некомерційного розподілу суспільних благ, що функціонують на принципах «відкритих систем». Товарна політика кооперативу визначає межі та ступінь інтегрованості індивідуальних й колективних інтересів учасників кооперативного об'єднання. Важливо, що змістова складова товарної політики кооперативного підприємства реалізується у комплексі соціально-економічних послуг, які розглядаються у рамках кооперативної практики як колективні блага, що за своєю структурою є більш складними відносно індивідуальних. З огляду на це існує необхідність у специфічних інструментах гармонізації мотивації учасників кооперативу щодо створення та споживання колективних благ.

Взаємопроникнення товарної політики кооперативного підприємства і товарної політики сільськогосподарських товаровиробників як його членів-власників вимагає забезпечення функціонально-управлінської структурної збалансованості першого порядку, що передбачає визначення релевантних продуктових пропозицій відносно зовнішнього та внутрішнього маркетингового середовища виробників агропродовольчої продукції, а також структурної стратегічної збалансованості товарного портфеля другого порядку в межах об'єднання значної кількості товаровиробників як окремих бізнес-одиниць. Усвідомлення значущості товарної політики в контексті ризик-менеджменту у сфері аграрного виробництва продуктивний портфель кооперативу розглядається як засіб мінімізації ризиків з огляду на необхідність нівелювати маркетингові та цінові ризики за рахунок оптимізації товарного асортименту відповідно до прогнозування кон'юнктури ринку. Членство в обслуговуючому кооперативі за рахунок здешевлення доступу до всіх груп ресурсів, що зумовлено «ефектом масштабу», створює для кожного з учасників суттєві переваги щодо підвищення конкурентоспроможності за рахунок залучення до інноваційного розвитку.

Товарний портфель сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу розглядається як сукупність матеріальних та нематеріальних товарів, для виробництва та реалізації яких підприємство має можливості в рамках існуючих організаційно-економічних, технологічних та екологічних умов. Особливістю

товарного портфеля кооперативу є формування продуктивних пропозицій в межах окремих стратегічних бізнес-одиниць, що визначаються з огляду на суттєві галузеві відмінності всередині сільськогосподарського виробництва. Крім того, на практиці товарний портфель кооперативного підприємства формується під впливом об'єктивної необхідності дотримання агротехнологій виробництва продукції рослинництва й тваринництва, що детермінує наявність у структурі портфелю товарів різного рівня рентабельності, які відрізняються за комерційними перспективами на цільових ринках.

Екстраполяція положень концепції життєвого циклу товару, що обґрунтовує зміну в часі структури товарного портфелю, відносно аграрної продукції доповнює зазначену концепцію такою характерною рисою, як дискретність, що зумовлюється сівозмінною культур, сезонністю сільськогосподарського виробництва, розмежуванням в часі процесів виробництва і реалізації продукції. При цьому склад та структура товарного портфеля ідентифікується як інструмент досягнення підприємством комплексу цілей різного горизонту планування. Відтак, формування збалансованої структури товарного портфеля та управління ним являє собою багатокомпонентний процес і полягає у прийнятті оптимального рішення щодо вибору товарних позицій з урахуванням наявних та потенційно можливих умов при реалізації альтернативних векторів розвитку підприємства. З огляду на це методологічно доцільно визначити систему координат, відносно якої визначатиметься ступінь структурної збалансованості товарного портфелю кооперативу. Важливо, що в залежності від типу системи координат, в якій формується структурна збалансованість товарного портфелю й визначається її ступінь, змінюватимуться параметри та критерії збалансованості, а відтак, – необхідною є розробка окремої карти збалансованих показників.

Мультиатрибутивна дворівнева модель, що відображає сутнісні характеристики товарних пропозицій сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу, спонукає до осмислення альтернативних систем координат формування збалансованості товарного портфеля. Пропонуються ціннісний, інструментальний та функціональний тип системи координат, що мають трьохкомпонентну конфігурацію. Формат ціннісного типу встановлюється під впливом дії соціально-економічних та екологічних інтересів зацікавлених сторін (члени-власники кооперативу, споживачі, контактні аудиторії); інструментальний тип

визначається під дією стратегій, процесів та можливостей кооперативного підприємства, а також його учасників; функціональний же тип є релевантним щодо комплементарного впливу економічної, маркетингової та управлінської складових функціонування кооперативу. З метою забезпечення цілісності виміру збалансованості товарного портфеля сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу обґрунтованим вбачається застосування призми ефективності як моделі, що дасть змогу враховувати взаємозв'язок та взаємопроникнення зазначених типів систем координат. Товарний портфель аграрного підприємства визначається структурно збалансованим за умови забезпечення імплементації корпоративних цілей функціонування підприємства і його учасників та динаміки їх зрівноваженого стратегічно орієнтованого стійкого розвитку в контексті активної адаптації до умов бізнес-середовища.

**Висновки.** Сутність товарної політики сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на сучасному етапі їх розвитку необхідно розглядати крізь призму ефективності діяльності підприємства в цілому, при цьому забезпечення ефективності має ґрунтуватися на таких фундаментальних положеннях, як відмова від концентрації уваги на задоволенні потреб лише окремих зацікавлених сторін (або підприємства, або клієнтів, або споживачів), взаємоузгодження та взаємозв'язок стратегій, процесів та ресурсного забезпечення кооперативного підприємства, а також інвестиційний характер маркетингової складової його діяльності. Ключовим принципом формування товарної політики сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів варто розглядати структурну збалансованість, що визначатиме механізм розробки та управління товарним портфелем підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Зіновчук В. В. Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу / В. В. Зіновчук. – Друге видання, доп. і перероб. – К.: Логос, 2001. – 380 с.
2. Молдаван Л. В. Роль кооперативів у подоланні сільської бідності / Л. В. Молдаван, Д. Ф. Крисанов, Л. О. Удова // Економіка АПК. – 2010. – № 11. – С. 121–129.
3. Пантелеймоненко А. О. Про моделі співпраці вітчизняних збутових сільськогосподарських кооперативів із системою споживчої кооперації України / А. О. Пантелеймоненко // Економіка АПК. – 2011. – №10. – С. 43–48.