

РОЛЬ КООПЕРАЦІЇ У СТВОРЕННІ ПРОДУКЦІЇ З ДОДАНОЮ ВАРТІСТЮ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ

І. А. Кравчук, к.е.н.

Житомирський національний агроекологічний університет

Здійснено оцінку підходів до кооперації як організаційної основи ланцюга формування доданої вартості продовольчої продукції на сільських територіях та аналіз взаємозв'язків між функціями доданої вартості та кооперативними формами їх прояву. Обґрунтовано перспективи кооперації у створенні продукції з доданою вартістю на сільських територіях.

Постановка проблеми. Специфічними особливостями економічної діяльності на сільських територіях є виробництво продукції з низькою доданою вартістю (сільськогосподарська продукція, корисні копалини, деревина), що пов'язано з традиціями регіонального планування, розміщення продуктивних сил, формування на них сировинних виробничих зон. Створення продукції з доданою вартістю на сільських територіях зумовлює необхідність формування

організаційно-економічного середовища ефективного використання їх потенціалу, у т. ч. й на засадах кооперації. Основними перевагами діяльності кооперативів на сільських територіях є їх висока адаптивність до локальних умов економічної діяльності, можливість працевлаштування сільського населення та диверсифікація зайнятості, здатність вбудовуватись у вертикальні та горизонтальні інтегровані об'єднання (що становить основу для формування потенціалу доданої вартості продукції, що виробляється на цих територіях). Наразі в Україні ще не повною мірою використовуються переваги кооперації на сільських територіях зокрема, й в умовах створення доданої вартості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми розвитку кооперації на сільських територіях та використання вартісно-орієнтованого підходу в управлінні ефективністю діяльності підприємств досліджували В. Балашенко [1], О. Бокій [2], О. Бородіна [3], О. Варченко [4], Т. Говорушко [5], Л. Дейнеко [6], О. Дудар [7], В. Зіновчук [8], Л. Молдован [9], К. Харріган [10]. Продовження досліджень потребують питання створення продукції з доданою вартістю на сільських територіях.

Мета та методи дослідження. Метою дослідження є обґрунтування перспектив кооперації у створенні продукції з доданою вартістю на сільських територіях. Методологічною основою дослідження є всесвітньо визнане вчення про сутність та фундаментальні принципи формування доданої вартості в ринковій економічній системі, сучасні погляди на організацію та мотивацію кооперації у створенні доданої вартості продукції.

Виклад основного матеріалу. Створення продукції з доданою вартістю на сільських територіях передбачає формування організаційно-економічних умов, які уможливають додавання вартості на кожній стадії руху товарів від виробника до кінцевого споживача. Одним із аспектів наявності таких умов є організації (підприємства, фірми, селянські домогосподарства), які здійснюють економічну діяльність на сільських територіях. Сільські території традиційно вважаються територіально-просторовим базисом виробництва сільськогосподарської продукції, її первинної переробки та реалізації. Кооперація є організаційною формою об'єднання агентів у процесі створення продовольчої продукції у ланцюжку «виробник сільськогосподарської продукції – переробник – споживач». В цьому сенсі доцільно розглядати кооперацію в якості організаційної основи ланцюга формування доданої вартості продовольчої продукції на сільських територіях.

З теоретичної точки зору функції доданої вартості, аналогічно функціям вартості, впливають на зміни сировини, продукції, товару, процесу, інформації, тобто, вони є об'єктивними чинниками змін і

перетворень в економічних процесах, у створенні цінності та досягненні балансу розподілу доданої вартості між учасниками бізнесових ланцюгів. Для підтвердження цього проаналізуємо взаємозв'язків між цими функціями та кооперативними формами їх прояву на різних етапах формування доданої вартості (табл. 1).

Таблиця 1

**Взаємозв'язок між функціями доданої вартості
та кооперативною формою їх прояву**

Етапи формування ДВ	Функції ДВ	Кооперативна форма прояву функції ДВ
Створення	Організаційна	Формування ланцюгів «сировина-виробництво продукції-реалізація» та моделювання їх структури
	Орієнтаційна	Орієнтир для формування доданої вартості у майбутньому
	Цілепокладання	Встановлення стратегічних цілей на засадах ймовірного підвищення рівня доданої вартості
	Прогностична	Можливість передбачення перспективних аспектів розвитку організацій, бізнесу
Додавання	Нормативна	Формування норм ведення бізнесу, споживання, якості життя
	Облікова	Облік суспільної праці на засадах формування суспільно необхідних витрат праці
	Контролююча	Засіб контролю господарських процесів, міжгалузевих зв'язків
	Інтеграційна	Формування різних видів об'єднань для підвищення ефективності бізнесу
	Диференціації	Диференціація товаровиробників на засадах нерівності індивідуальної і суспільної вартості
	Економічна	Виробництво суспільних благ та послуг
	Соціальна	Формування матеріальних джерел для розвитку соціуму
Відтворення	Стимулююча (оптимізаційна)	Сприяння зниженню продуктивних витрат, стимулювання впровадження оптимізаційних програм розвитку та інновацій
	Відтворювальна	Джерело постійного відновлення і повторення економічних процесів

Джерело: власні дослідження.

За даними табл. 1 функції етапу створення вартості (організаційна, орієнтаційна, прогностична) використовуються у процесах формування, впорядкування та удосконалення системи контрактних відносин між учасниками різних бізнесових ланцюгів, розробки стратегій розвитку регіонів, галузей, організацій та формують передумови до переходу на етап «додавання вартості».

Для етапу «додавання вартості» характерним є використання нормативної, облікової, контролюючої, інтеграційної, диференційної, економічної, соціальної стимулюючої функцій, прояви яких охоплюють усі етапи економічних процесів – від встановлення норм, обліку й контролю бізнес-процесів, створення кластерів, інтегрованих об'єднань, асоціацій, корпорацій, інтеграційних центрів – до здійснення виробничих та соціально-економічних розподільчих процесів, використання інноваційних технологій, розробки баз, методів, принципів оподаткування, визначення частки доданої вартості всіх учасників бізнес-ланцюгів. Формами прояву відтворювальної функції доданої вартості є розподіл прибутку, управління витратами, аналіз ланцюга створення вартості (цінності).

Результати аналізу табл. 1 свідчать про перевагу кооперації на етапі створення доданої вартості на сільських територіях, оскільки прерогативою організаційної функції є процес управління об'єктами в кооперативних формах прояву цієї функції із подальшим «переходом» її в орієнтаційну та прогностичну функції. При цьому кооперативні формування на сільських територіях можуть створюватись як на засадах локальної ініціативи сільського населення, так і в процесі формування інтеграційних відносин суб'єктів господарювання.

Висновки

1. Створення продукції з доданою вартістю на сільських територіях передбачає формування організаційно-економічних умов додавання вартості на кожній стадії руху товарів від виробника до кінцевого споживача.

2. Кооперація є організаційною формою об'єднання агентів у процесі створення продовольчої продукції у ланцюжку «виробник сільськогосподарської продукції – переробник – споживач».

3. Функції доданої вартості впливають на зміни сировини, продукції, товару, процесу, інформації, тобто, вони є об'єктивними чинниками змін і перетворень в економічних процесах, у створенні цінності та досягненні балансу розподілу доданої вартості між учасниками бізнесових ланцюгів.

4. Перевагами кооперації на етапі створення доданої вартості на сільських територіях є використання організаційної функції в

кооперативних формах прояву цієї функції із подальшим «переходом» її в орієнтаційну та прогностичну функції.

Список використаних джерел

1. Балашенко В. А. Кооперативный бизнес в агропродовольственной системе Канады / В. А. Балашенко, С. М. Пшихачаев, Н. Р. Руденко, А. А. Алексанян, С. В. Машков, Н. Н. Галенко // Вісник СНАУ. – 2009. – № 2. – С. 126–139.
2. Бокій О. В. Створення доданої вартості в ланцюгу «Зерно–борошно–хліб» / О. В. Бокій // Ефективна економіка. – [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3688>.
3. Бородіна О. М. Інтеграція дрібних сільськогосподарських виробників в агропродовольчі ланцюжки доданої вартості: методологічні підходи та емпіричні дослідження / О. М. Бородіна // Економіка і прогнозування. – Т. 12. – № 2. – 2014. – С. 73–85.
4. Варченко О. М. Зарубіжний досвід диверсифікації діяльності маркетингових кооперативів / О. М. Варченко // Вісник аграрної науки. – 2012. – № 1. – С. 74–78.
5. Говорушко Т. А. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу : монографія / Т. А. Говорушко, Н. І. Климаш. – К. : Логос, 2013. – 204 с.
6. Дейнеко Л. В. Інвестиційна привабливість виробничої інфраструктури агропродовольчої сфери / Л. В. Дейнеко, Т. В. Стройко // Економіка і прогнозування. – 2012. – № 4. – С. 73–81.
7. Дудар О. Маркетингова кооперація товаровиробників у системі збуту органічної сільськогосподарської продукції / О. Дудар // Вісник ТНЕУ. – № 1. – 2014. – С. 62–70.
8. Зіновчук В. В. Кооперативна ідея в сільському господарстві України і США / В. В. Зіновчук. – К.: Логос, 1996. – 224 с.
9. Молдован Л. В. Місце і роль кооперативів у сталому розвитку аграрного комплексу України / Л. В. Молдован // Кооперативний маркетинг в агробізнесі: проблеми і перспективи розвитку в Україні: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, присвяченої Міжнародному року кооперативів. – 2012. – С. 10–17.
10. Harrigan K. R. Vertical integration and corporate strategy [Electronic resource] / K. R. Harrigan // The Academy of Management Journal. – 1985. – V. 28, N 2. – P. 397 – 425. – Mode of access: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/posibnuku/294/10.pdf>.