

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ АГРОПРОДУКТОВИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ВІДНОСИН

© 2019 ГУТОРОВ А. О.

УДК 334:001.8

JEL Classification: E27; L22; O13; Q10; Q13

Гуторов А. О.

Теоретичні засади розвитку агропродуктових інтеграційних відносин

Метою статті є узагальнення та систематизація теоретичних засад розвитку агропродуктових інтеграційних відносин. Досліджено генезу продуктової інтеграції, показано її взаємозв'язок з ланцюгами створення цінності. Узагальнено принципи реалізації агропродуктових інтеграційних відносин. Встановлено взаємозв'язок виробничої типізації сільськогосподарських товаровиробників і агропродуктової інтеграції. Удосконалено організаційно-економічні засади реалізації стратегічного потенціалу розвитку продуктових інтеграційних відносин в аграрному секторі економіки, базисом чого є виробнича типізація й економічна класифікація сільськогосподарських товаровиробників, а також замкнені ланцюги створення додаткової вартості, що приводять до формування цілісної системи організації й розміщення агропромислового виробництва, основною ланкою відтворення якого на мікрорівні є інтегровані суб'єкти господарювання, на мезорівні – фахові виробничі об'єднання і кластерні структури, на макрорівні – агропродовольчий сектор, на мегарівні – глобальні виробничі мережі. Сформовано континуум стратегій агропродуктової інтеграції (повна інтеграція, часткова інтеграція, квазіінтеграція, неінтеграція, франчайзинг), розроблено концептуальні схеми їх реалізації. Запропоновано коефіцієнт цілісності ланцюга створення додаткової вартості як індикатор розвитку агропродуктових інтеграційних відносин.

Ключові слова: агропродуктова інтеграція, інтеграційні відносини, ланцюг створення вартості, стратегічний потенціал інтеграції, аграрний сектор.

DOI:

Рис.: 8. Формул.: 1. Бібл.: 14.

Гуторов Андрій Олександрович – доктор економічних наук, старший науковий співробітник, провідний науковий співробітник відділу організації менеджменту, публічного управління та адміністрування, Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» НААН України (вул. Героїв Оборони, 10, Київ, 03680, Україна)

E-mail: Gutorov.Andrew@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6881-4911>Researcher ID: <http://www.researcherid.com/G-2576-2015>SPIN: <http://elibrary.ru/7932-6931>УДК 334:001.8
JEL Classification: E27; L22; O13; Q10; Q13UDC 334:001.8
JEL Classification: E27; L22; O13; Q10; Q13

Гуторов А. А. Теоретические основы развития агропродуктовых интеграционных отношений

Hutorov A. O. Theoretical Bases of Development of Agro-Product Integration Relations

Целью статьи является обобщение и систематизация теоретических основ развития агропродуктовых интеграционных отношений. Исследован генезис продуктовой интеграции, показана её взаимосвязь с цепочками создания ценности. Обобщены принципы реализации агропродуктовых интеграционных отношений. Установлена взаимосвязь производственной типологии сельскохозяйственных товаропроизводителей и агропродуктовой интеграции. Усовершенствованы организационно-экономические основы реализации стратегического потенциала развития продуктовых интеграционных отношений в аграрном секторе экономики, базисом которых являются производственная типология и экономическая классификация сельскохозяйственных товаропроизводителей, а также замкнутые цепочки создания стоимости, что приводит к формированию целостной системы организации и размещения агропромышленного производства, основным звеном воспроизводства которого на микроуровне являются интегрированные субъекты хозяйствования, на мезоуровне – профессиональные производственные объединения и кластерные структуры, на макроуровне – агропродовольственный сектор, на мегаровне – глобальные производственные сети. Сформирован континуум стратегий агропродуктовой интеграции (полная интеграция, частичная интеграция, квазиинтеграция, неинтеграция, франчайзинг), разработаны концептуальные схемы их реализации. Предложен

The aim of the article is to generalize and systematize the theoretical bases of development of agro-product integration relations. The genesis of integration of products is investigated, its relationship with value chains is shown. The principles of the implementation of agri-product integration relations are generalized. The interconnection of the production typology of agricultural manufacturers and agri-product integration is established. Organizational and economic basis for realizing the strategic potential for the development of product integration relations in the agricultural sector of the economy, the basis of which are the production typology and economic classification of agricultural producers, are enhanced. This, along with improving closed value chains, leads to the formation of an integrated system for organizing and locating agricultural production, the main link in reproduction of which, at the micro level, are integrated business entities, at the meso level – professional production associations and clusters, at the macro level – the agri-food sector, at the mega level – global production networks. A continuum of agro-product integration strategies is formed (full integration, partial integration, quasi-integration, non-integration, franchising), conceptual schemes for their implementation are developed. The integrity coefficient of the chain of creating surplus value is proposed as an indicator of the development of agro-product integration relations.

Keywords: agro-product integration, integration relations, value chain, strategic integration potential, agricultural sector.

коэффициент целостности цепочки создания прибавочной стоимости в качестве индикатора развития агропродуктовых интеграционных отношений.

Ключевые слова: агропродуктовая интеграция, интеграционные отношения, цепочка создания стоимости, стратегический потенциал интеграции, аграрный сектор.

Рис.: 8. **Формул:** 1. **Библ.:** 14.

Гуторов Андрей Александрович – доктор экономических наук, старший научный сотрудник, ведущий научный сотрудник отдела организации менеджмента, публичного управления и администрирования, Национальный научный центр «Институт аграрной экономики» НААН Украины (ул. Героев Оборона, 10, Киев, 03680, Украина)

E-mail: Gutorov.Andrew@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6881-4911>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/G-2576-2015>

SPIN: <http://elibrary.ru/7932-6931>

Fig.: 8. **Formulae:** 1. **Bibl.:** 14.

Hutorov Andrii O. – Doctor of Sciences (Economics), Senior Research Fellow, Senior Research Fellow of the Department of Organization of Management, Public Administration and Administration, National Scientific Center «Institute of Agrarian Economics» of NAAS of Ukraine (10 Heroiv Oborony Str., Kyiv, 03680, Ukraine)

E-mail: Gutorov.Andrew@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6881-4911>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/G-2576-2015>

SPIN: <http://elibrary.ru/7932-6931>

Вступ. Одним із наслідків аграрних реформ в Україні стала системна дезінтеграція національного господарства, фактична руйнація міжгалузевих економічних відносин. В аграрному секторі економіки це позначилося на диспропорціях обміну, формуванні доданої вартості, зниженні ефективності виробництва продукції нижчих технологічних переділів і водночас необгрунтованому зростанні рівня рентабельності торговельних мереж.

Одним із стратегічних концептів підвищення конкурентоспроможності вітчизняного аграрного сектора економіки є розвиток продуктових інтеграційних відносин. Це завдання ставлять у багатьох програмних документах як секторального розвитку, так і організації наукових досліджень Національної та галузевих академій наук України. У цьому контексті актуальності набуває завдання розробки концептуальних засад розвитку агропродуктових інтеграційних відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розв'язанню проблеми розвитку продуктових інтеграційних відносин, створення глобальних ланцюгів створення цінності у різний час присвятили свої праці Т. Андреева, В. Андрійчук, О. Бородіна, Дж. Вумак, В. Гусаков, Є. Данкевич, Дж. Джереффі, Д. Джонс, Ж. Єрмакова, М. Запольський, Р. Каплінські, М. Кизим, Ю. Лупенко, М. Малік, М. Моріс, Т. Мостенська, Б. Пасхавер, П. Саблук, Н. Скопенко, Дж. Хампфрі, В. Хаустова та багато інших учених. Незважаючи на значний науковий доробок, донині потребує узагальнення стратегічний набір продуктової інтеграції в аграрному секторі економіки, уточнення – принципи формування й реалізації продуктових інтеграційних відносин в аграрному секторі економіки, ґрунтовних досліджень – стратегічний потенціал продуктової інтеграції як механізму управління ланцюгом створення цінності та система індикаторів оцінювання її рівня тощо.

Метою статті є узагальнення і систематизація теоретичних засад розвитку агропродуктових інтеграційних відносин.

Виклад основного матеріалу. Розвиток продуктових інтеграційних відносин бере початок з часів формування картелів. Перші картелі виникли в Німеччині після економічної кризи 1873 р. як добровільні об'єднання під-

приємств на основі угод щодо квотування обсягів виробництва, регулювання цін реалізації продукції та умов продажу. У США найбільшого поширення набула трестівська форма консолідації бізнесу, але згодом трести почали перетворюватися на холдингові компанії. Однак наукова ідея розвивати продуктову інтеграцію виникла у середині 50-х рр. XX ст. поряд із традиційною концепцією маркетингу. У 1977 р. американські вчені Т. Хопкінс та І. Валерштейн, досліджуючи господарські операції й процеси руху капіталу в межах національної й глобальної економіки, запропонували об'єднати їх категорією «товарні ланцюги» [1, с. 128]. За такого підходу акцент повністю зміщується на товар як завершений виріб, що має споживчу цінність. До того ж усі аспекти постачання сировини, виробництва та збуту продукції відходять на задній план. Проте методологія товарних ланцюгів не давала змогу підприємствам аналізувати бізнес-середовище й окремі бізнес-процеси, оцінювати їхній вплив на ефективність економічної діяльності, зрештою прийти до розуміння напрямів підвищення конкурентоспроможності на галузевих ринках.

Цю проблему вирішив М. Портер, ввівши в обіг економічну категорію «ланцюг створення вартості». За М. Портером, кожне підприємство може бути представлене як система дискретних, але пов'язаних між собою виробничих функцій або «видів діяльності» з розробки, виробництва, маркетингу, доставки і післяпродажного обслуговування своєї продукції (товарів, робіт чи послуг) [2, с. 70]. Учений послідовно виокремив п'ять основних бізнес-функцій, що формують ланцюг прирощення цінності: внутрішню логістику, виробничий процес, зовнішню логістику, маркетинг і торгівлю, а також обслуговування споживачів [2, с. 75–76]. У цьому разі ланцюг створення вартості уособлює структуру витрат підприємства з урахуванням норми прибутку та/або торгової націнки. Декомпозиція й індуктивний аналіз такого ланцюга дає змогу встановити, які саме види продукції мають вищу норму додаткової вартості, є прибутковішими порівняно з іншими, відповідати на питання, за рахунок чого сформовано економічний ефект. Отже, підприємство отримує науковий метод щодо оцінювання рівня сформованості конкурентних переваг. З погляду кінцевого споживача, ланцюг створення вартості

є глобальною системою, комплексом послідовних дій і операцій, що визначають вартість товарів (робіт або послуг), є базою формування реалізаційних цін.

Теорію ланцюгів створення вартості М. Портера згодом доповнили й удосконалили Дж. Вумак, Дж. Джереффі, Д. Джонс, Р. Каплінські, М. Моріс, Дж. Хампфрі й багато інших учених, сформувавши сучасну парадигму цього вчення, його застосовність не лише на окремих підприємствах, а й на рівні кластерів, галузей і глобальних промислових систем, зокрема транснаціональних корпорацій.

Згідно з результатами ґрунтовних досліджень генези концепції розвитку глобальних ланцюгів створення вартості, проведених М. Кизимом, Г. Крамаревим, О. Івановою й В. Хаустовою, починаючи з 2015 р. відбувається поступова зміна парадигми продуктової інтеграції з виокремленням глобальних виробничих мереж, для яких характерні конкурентна динаміка, відносна конфігурація мережі та стратегічна пріоритетність промислової модернізації кластерних і регіональних економічних систем [3, с. 44].

В аграрному секторі економіки формують агропродовольчі ланцюги створення вартості, які, як зазначає О. Бородіна, є не лише взаємопов'язаними ланками одного

процесу, а й взаємовигідними зв'язками між групами виробників, продавців, переробників і сервісних компаній, що об'єднуються разом з метою підвищення продуктивності та створення додаткової вартості на основі розуміння спільної вигоди і справедливого розподілу досягнутого результату [4, с. 75]. На базі емпіричних даних Т. Андреева та Ж. Єрмакова побудували ланцюги створення вартості хлібопекарського, кондитерського і макаронного виробництва [5, с. 111]. Ці ланцюги починаються з виробництва зерна на сільгоспдприємствах, охоплюють стадії його подальшого зберігання, переробки на муку, виробництва хлібобулочних, кондитерських і макаронних виробів, а також просування готової продукції через трирівневі канали збуту до кінцевих споживачів. На кожній стадії процесу приросту вартості враховано постачальників основних і оборотних засобів.

Агропродуктові інтеграційні відносини, що формуються уздовж ланцюга створення додаткової вартості, завжди прямують до повної вертикальної інтеграції, даючи змогу інтегрованим суб'єктам господарювання максимізувати синергетичний ефект від інтеграційної взаємодії (рис. 1).

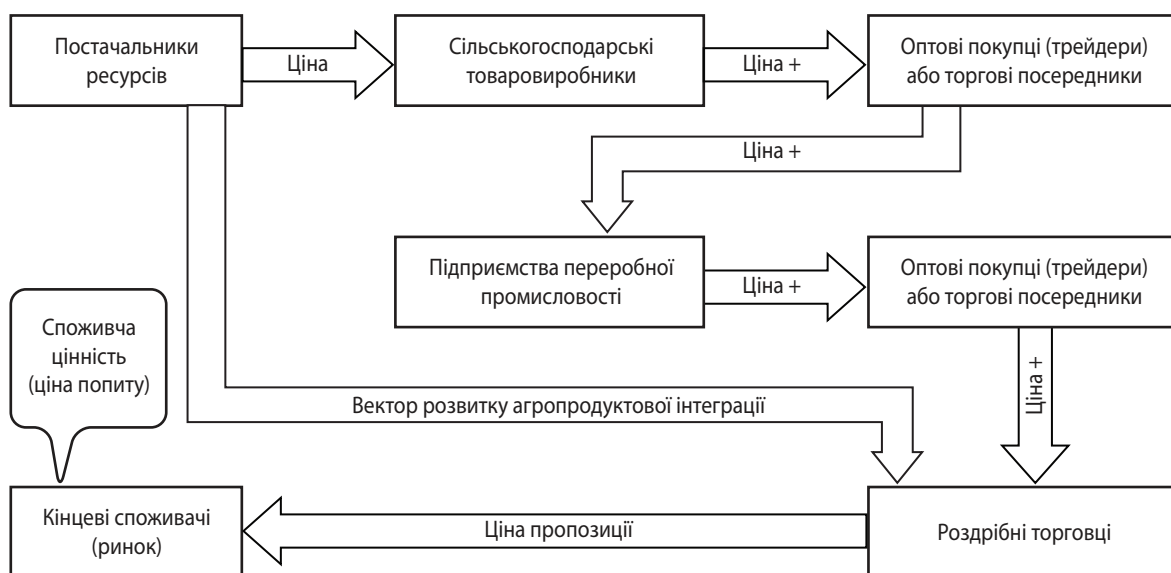


Рис. 1. Продуктова інтеграція ланцюга створення вартості в аграрному секторі економіки

Джерело: розроблено автором

Отже, агропродовольчий ланцюг іманентний інтеграційним відносинами, побудованим за товарним принципом, що інституціалізують організаційні форми інтеграції. Його структурний аналіз на мікрорівні дає змогу оцінити вертикальні та горизонтальні зв'язки підприємств, на макrorівні – міжгалузеві економічні відносини, на мегарівні – міжнародну фрагментацію виробництва. Діалектика агропродовольчих ланцюгів створення додаткової вартості і споживчої цінності, на нашу думку, формує об'єктивне підґрунтя агропродуктової інтеграції. Водночас суб'єкти продуктової інтеграційних відносин видобувають і привласнюють квазіренту, що є частиною додаткової вартості, створеною інтеграцією (синергетичний ефект).

На теренах колишнього СРСР, як зазначив П. Саблук, здійснювали виробничу інтеграцію, метою якої була оптимізація сировинних зон переробних підприємств, транспортних потоків сировини й технологічних відходів переробки, поліпшення використання побічної продукції, сприяння процесам спеціалізації й концентрації та вирішення низки соціальних проблем [6, с. 281]. Однак виробничо-агропромислова інтеграція не є синонімом агропродуктової інтеграції, тому що базується на інших принципах, не враховуючи пріоритет задоволення кінцевих споживачів завдяки раціональному ціноутворенню, як наслідку оптимізації ланцюга створення додаткової вартості. Слід зазначити, що певною мірою теорію продуктової агропромислової

інтеграції розвивали у США на початку 60-х рр. ХХ ст. Так, Г. Стіглер і Р. Трайфон, розглядаючи вертикальну інтеграцію з технологічного погляду, дійшли висновку про те, що вона є певним різновидом продуктової диверсифікації. До того ж основним лейтмотивом розвитку інтеграції є зміни в системі збуту продовольчих товарів та у ціноутворенні [7, с. 26].

Як зазначили В. Гусаков та М. Запольський, продуктова інтеграція являє собою об'єднання зусиль суб'єктів господарювання у сфері сільського господарства та інших галузей економіки будь-якої організаційно-правової форми й форми власності для забезпечення максимального проходження товарної маси в єдиному технологічному процесі, зниження витрат, підвищення ефективності виробництва й конкурентоспроможності продукції на основі поглиблення спеціалізації, розширення концентрації й інтегрованості виробництва, збільшення обсягів переробки й реалізації сільгосппродукції [8, с. 25]. Синонімом агропродуктової інтеграції є агропродовольча інтеграція.

У стратегічному менеджменті продуктової інтеграцію, побудовану на базі ланцюгів створення вартості, відносять до повної вертикальної інтеграції, тому що взаємодія охоплює кілька виробничих переділів і об'єднує підприємства з різних галузей економіки, споріднених за товарним принципом [9, с. 180–181]. До того ж продуктова структура управління дає змогу великому інтегрованому формуванню приділяти стільки ж уваги конкретному продукту, скільки це роблять малі товаровиробники. Продуктові структури управління є різновидом дивізійної та холдингової структури, в умовах транснаціональних корпорацій трансформуються у глобально-орієнтовані товарні або матричні форми, адаптовані адхократичні і мережеві організації.

З погляду маркетингу ухваленню рішення щодо продовольчої інтеграції передують розв'язання проблеми зміцнення конкурентних позицій підприємства завдяки фокусуванню на товарі і ціновому лідерству в середньо- та довгостроковій перспективі. У результаті обирають стратегію інтегративного й інтенсивного зростання через глибоке проникнення на галузевий товарний ринок і розвиток системи стимулювання збуту.

Завдяки продуктивній інтеграції в аграрному секторі економіки суб'єкти господарювання, поряд з усіма перевагами реалізації інтеграційних відносин, мають змогу створювати вузькоспеціалізовані та багатонаменклатурні експортоорієнтовані продуктові компанії, поглиблювати спеціалізацію внутрішньогосподарських підрозділів, досягати раціональних розмірів і підвищувати ефективність господарювання завдяки дії ефекту масштабу, створювати власні бренди й торгові марки, провадячи аутсорсинг на їх основі; розширювати асортимент виробленої продукції, диверсифікувати виробництво, підвищувати рівень керуваності на всіх стадіях агропродовольчого ланцюга створення додаткової вартості, впроваджувати міжнародні стандарти якості.

Продуктові інтеграційні відносини в аграрному секторі економіки мають бути реалізовані з урахуванням дотримання таких основних принципів:

- взаємної заінтересованості потенційних і реальних учасників та ієрархії їхніх інтересів. Продовольчий інтегрований суб'єкт господарювання може бути

конкурентоспроможним, а його організаційно-економічний механізм дієвим і раціональним лише тоді, коли його учасники є взаємно заінтересованими на всій довжині ланцюга створення додаткової вартості, свідомо тяжіють один до одного і прагнуть об'єднати зусилля й ресурси. Їхні особисті інтереси мають поступатися загальним інтересам об'єднання, а вигоди і ризики розподілятимуться на основі попередніх домовленостей;

- наявності спільної мети й мотивації потенційних учасників. Агропродуктові інтегровані суб'єкти господарювання створюють лише заінтересовані юридичні особи, що визнають і справедливо розподіляють між собою обов'язки й ризики, пов'язані з організацією такого об'єднання. До того ж найбільш ефективні схеми агропродуктової інтеграції можуть бути розроблені й впроваджені тільки вмотивованими організаціями, а власне інтегроване формування у своїй діяльності має переслідувати конкретні економічні цілі, направлені на реалізацію інтересів членів об'єднання;
- ініціативного лідерства. Ініціатива створення агропродуктового інтегрованого суб'єкта господарювання має надходити від підприємства-інтегратора, що є лідером і виконує функції організаційно-управлінського центру (ядра інтеграції);
- законності. Створення і подальша діяльність будь-якого господарського об'єднання здійснюються на основі норм чинного законодавства України, зокрема, антимонопольного права і міжнародних договорів.
- неперервності ланцюга створення додаткової вартості. Ефективне функціонування агропродуктового інтегрованого суб'єкта господарювання обумовлено наявністю тривалих і неперервних ланцюгів створення вартості від виробництва сільськогосподарської сировини до збуту готової продукції;
- урахування соціальних, екологічних й економічних проблем галузевого й територіального розвитку. Господарську діяльність агропродуктових інтегрованих суб'єктів господарювання потрібно здійснювати на засадах соціальної відповідальності бізнесу, сталого розвитку регіонів, незадоволення шкоди оточуючому навколишньому середовищу, стандартизації якості виробленої продукції і безпечності відходів;
- однорідності за виробничим типом суб'єктного складу ланцюга створення додаткової вартості. Ланки агропродовольчого ланцюга створення цінності мають бути однотипними за виробничим напрямом, а їхні розміри в сукупності забезпечувати ефективну роботу господарських одиниць наступних технологічних переділів.

Утворення інтегрованих суб'єктів господарювання за продуктовою ознакою потребує проведення виробничої типізації сільськогосподарських товаровиробників, виокремлення у складі національної економіки продуктових підкомплексів, об'єднаних в цілісний агропродовольчий сектор (рис. 2).

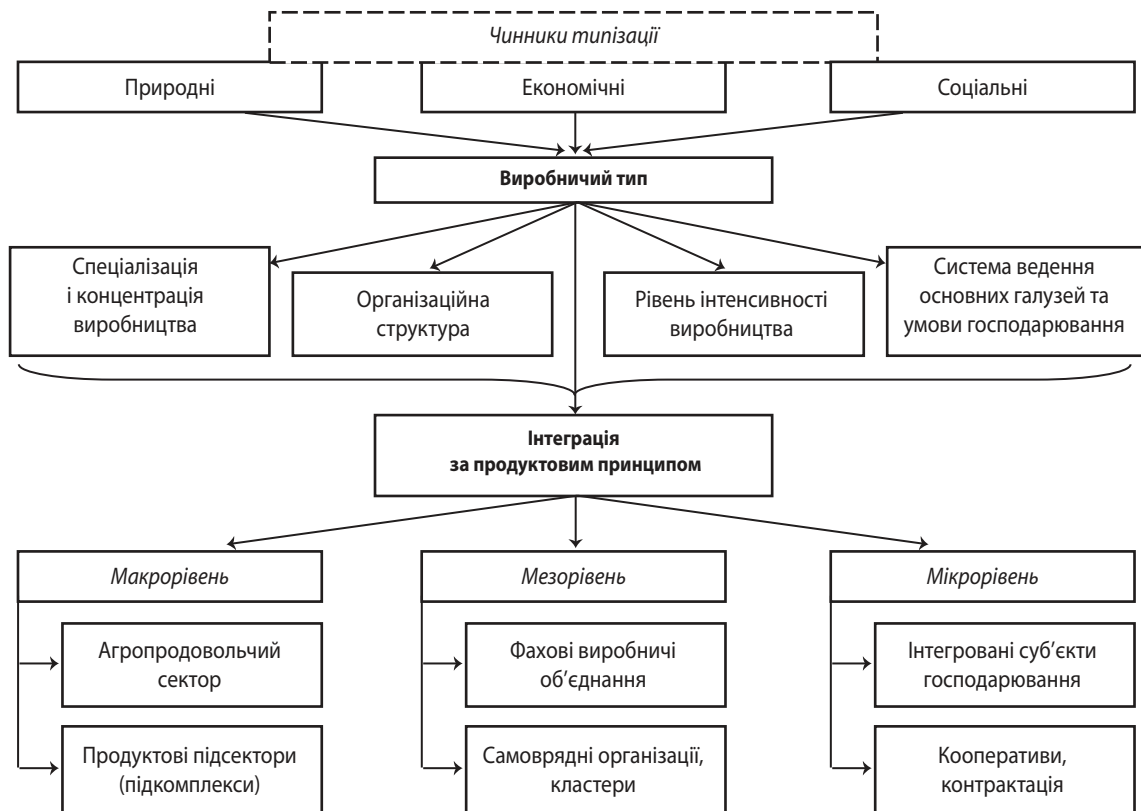


Рис. 2. Взаємозв'язок виробничої типізації сільськогосподарських товаровиробників і агропродуктової інтеграції

Джерело: розроблено автором

Досвід розвинених країн світу переконливо свідчить, що найбільш оптимальним є планомірний розвиток спеціалізованих сільськогосподарських товаровиробників, об'єднаних інтеграційними зв'язками як між собою, так і з переробними, збутовими, сервісними й іншими підприємствами. Для цього потрібно мати достовірні й актуальні дані щодо структурної статистики сільського господарства й виробничих типів усіх категорій господарств. Це підтверджує радянський досвід господарювання, коли усі без винятку колгоспи, радгоспи й міжгосподарські підприємства проектували залежно від обґрунтованого вченими-економістами напряму спеціалізації, доводячи параметри господарств до оптимальних.

Виробнича типізація сільськогосподарських товаровиробників в Україні є не винятково технічною задачею статистики сільського господарства в контексті її поступу до європейських норм [10]. Проведення виробничої типізації потребує узгоджених дій Державної служби статистики України, аграрної науки та виробництва, а одержані у результаті цього матеріали становитимуть базис для низки суспільно-економічних процесів (рис. 3).

Своєю чергою, під виробничою типізацією, на нашу думку, слід розуміти процес виокремлення сільськогосподарських товаровиробників, споріднених за своїм виробничим напрямом, рівнем сполучення сільськогосподарських і несільськогосподарських галузей, характером виробни-

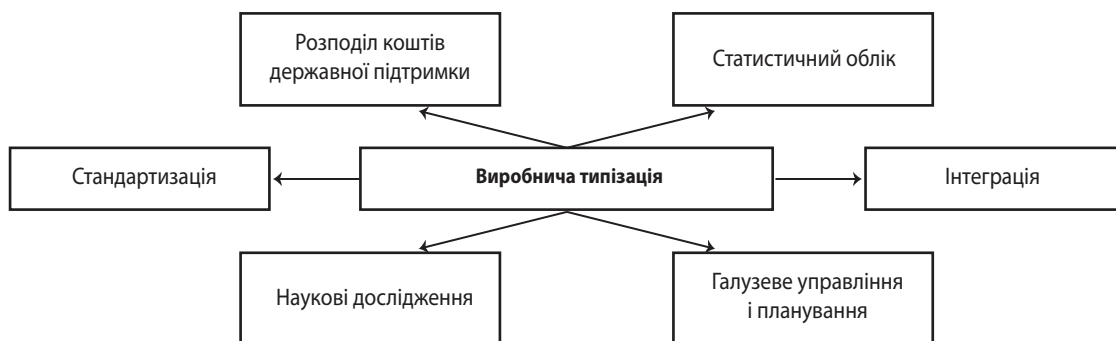


Рис. 3. Місце виробничої типізації сільськогосподарських товаровиробників в суспільно-економічних процесах

Джерело: розроблено автором

чих і міжгосподарських зв'язків, організаційною структурою й системою управління, природно-економічними умовами [10, с. 212].

Продуктові інтеграційні відносини в аграрному секторі економіки мають значний стратегічний потенціал для розвитку не тільки суб'єктів господарювання, а всієї галузі (рис. 4). До того ж синергетичний ефект від інтеграційної взаємодії приводить до нарощення потенціалу ендогенного зростання, межею чого є повна вертикальна інтеграція.

Водночас реалізація цих можливостей може мати як позитивний, так і негативний вплив на суспільство, економіку та навколишнє природне середовище. Так, гонитва за надприбутками і рентоорієнтована поведінка інтегрованих суб'єктів господарювання призведуть до хижацького природокористування, надмірної експлуатації працівників і сільських агломерацій, зростання бідності тощо. Зауважимо, що ймовірність розвитку подій за цим варіантом зростатиме із наближенням економічної системи країни до

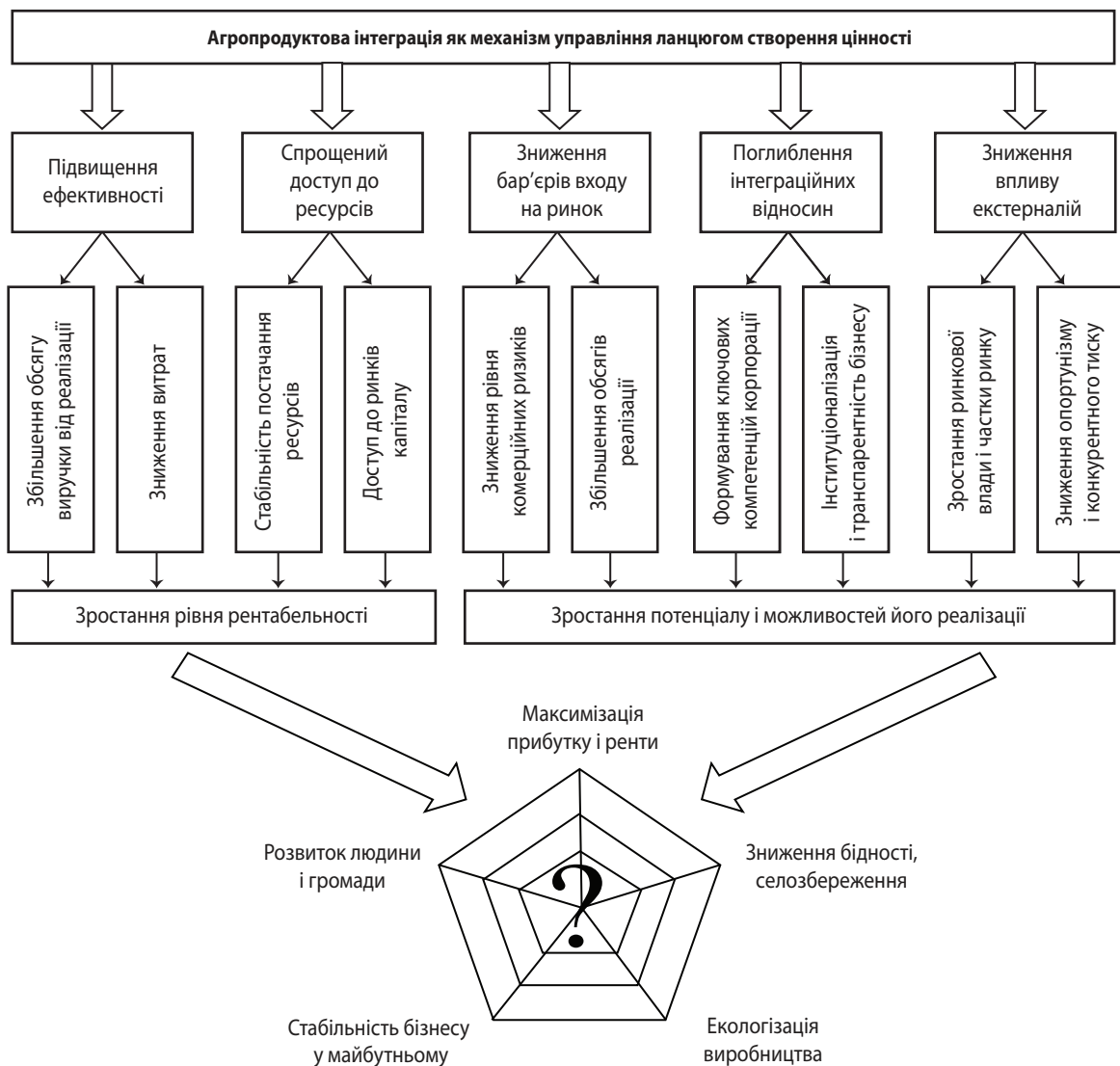


Рис. 4. Стратегічний потенціал продуктивних інтеграційних відносин в аграрному секторі економіки

Джерело: розроблено автором з урахуванням досліджень CARE International [11, с. 29, 39].

нижчих стадій капіталізму, лібералізації державної регуляторної політики, а також за умов низького рівня сформованості громадянського суспільства.

Розвиток формальних і неформальних інститутів, ефективне державне регулювання, особливо рентна політика, боротьба із правовим нігілізмом на селі сприятимуть соціалізації продуктивних інтеграційних відносин, використанню частини їхнього стратегічного потенціалу на користь суспільства, зокрема селозбереження, змістять акцент зі

збагачення власників у короткостроковій перспективі на сталий розвиток у майбутньому. Потрібно також забезпечити синхронність і паритетність розвитку всіх учасників інтегрованого суб'єкта господарювання уздовж ланцюга створення вартості, мінімізувавши міжгалузеві диспропорції.

Процес визначення довгострокових цілей суб'єкта господарювання та плану заходів щодо їх упровадження являє собою стратегію. Серед багатьох видів стратегій од-

ними з найбільш комплексних є інтеграційні, що базуються на ланцюгах створення додаткової вартості.

Цілі стратегічної взаємодії суб'єктів господарювання в аграрному секторі економіки зумовлені мінливістю виробничої і галузевої структури, параметрами секторального розвитку, ринковою владою підприємства-інтегратора тощо. Зважаючи на те, що інтеграційні відносини здебільшого охоплюють підприємства з різних секторів економіки, їхні цілі, з одного боку, визначають окремо для кожного учасника об'єднання, з другого боку, їх мають узгоджувати із загальними цілями інтегрованого суб'єкта господарювання для забезпечення реалізації спільних інтересів. Утворені під час інтеграції афілійовані члени є стратегічними бізнес-одинацями, що, як показує практика, реалізують класичні стратегії фокусування на ринкових нішах, лідерства за часткою ринку й технологічного лідерства. У цей час материнські компанії прагнуть мінімізувати ризики, досягти прийняттого рівня грошових потоків від бізнес-одинаць з подальшою мінімізацією податкових виплат, забезпечити максимальний синергетичний ефект від інтеграційної взаємодії, максимізувати рентні ефекти тощо. Отже, стратегії інтеграції відрізняються одна від одної за ступенем охоплення (розмахом), рівнем, стадією та формою.

Аналіз стратегічних наборів інтегрованих суб'єктів господарювання в аграрному секторі економіки показує, що вони застосовують переважно дві основні стратегії для

своїх членів – стратегію лідерства та фокусування (концентрації). Стратегія лідерства до того ж розглядається у варіаціях лідерства за ціною, за якістю та за часткою ринку, залежно від вихідних передумов і конкурентних позицій підприємств-членів та материнської компанії в цілому. Загалом лідерства досягають завдяки розширенню місткості галузевого товарного ринку, підвищенню частки на ринку, захисту своїх конкурентних позицій та встановленню найнижчої в галузі ціни на продукцію. Стратегія концентрації охоплює лідерство за витратами у вузькому продуктовому сегменті, потенціал для товарної, іміджевої чи сервісної диференціації, що обумовлюється обмеженими можливостями товарної номенклатури сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки.

Виходячи з теорії прав власності вертикальна продуктова інтеграція доцільна, якщо інвестиції в специфічні активи відокремленого суб'єкта господарювання завдають більшого впливу на створену в агропродуктовому ланцюгу вартість, ніж інвестиції інших підприємств. Коли розмір таких інвестицій у конкурентів є однаковим, то кращою стратегічною альтернативою є неінтеграція і паритетна контрактна взаємодія, тому що віддача на вкладений капітал буде вищою, ніж під час інтеграційної взаємодії. Загалом продуктову інтеграцію в аграрному секторі економіки можна представити як континуум відповідних інтеграційних стратегій (рис. 5).

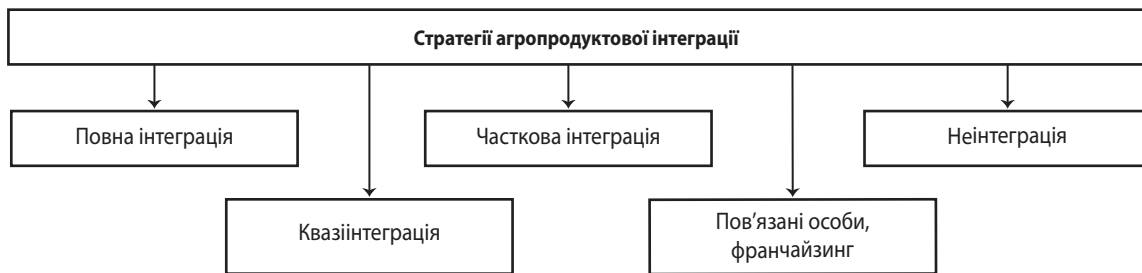


Рис. 5. Континуум стратегій агропродуктової інтеграції

Джерело: розроблено автором

Так, повністю інтегровані суб'єкти господарювання задовольняють свій виробничий попит на ресурси й різні послуги винятково за рахунок внутрішніх можливостей господарського об'єднання, на якому сконцентровано всі стадії ланцюга створення додаткової вартості (рис. 6).

Рівень інтеграції до того ж є найвищим, учасники повністю втрачають економічну і юридичну самостійність, а рішення ухвалюють із єдиного центра. Такі інтегровані суб'єкти господарювання в аграрному секторі економіки є лідерами за часткою ринку, великі за своїми розмірами і здебільшого територіально розосереджені. Вони привласнюють більшу частину створеної додаткової вартості, зо-

крема, й за рахунок механізму трансфертних цін і цільової установки на максимізації новоствореної вартості компанії. Стратегію повної агропродуктової інтеграції доцільно використовувати тоді, коли є труднощі простої контрактної взаємодії, великий ризик опортуністичної поведінки контрагентів, значна інформаційна асиметрія, є потреба в захисті комерційної таємниці щодо унікальних технологій, контролю якості на всіх стадіях виробничо-збутового процесу тощо.

Різновидом повної агропродуктової інтеграції є стратегія афіліації і створення дочірніх підприємств. Суб'єкти господарювання до того ж свідомо поступаються юридич-

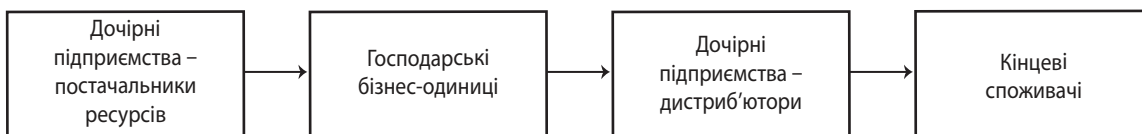


Рис. 6. Концептуальна схема стратегії повної агропродуктової інтеграції

Джерело: розроблено автором

ною, економічною і управлінською свободою для одержання стабільності і ризикозахищеності від входження до стратегічного альянсу або транснаціональної корпорації. Вигода для інтегрованих суб'єктів господарювання від цього полягає у збільшенні їхніх розмірів, розширенні територіального представництва, нейтралізації потенційних конкурентів тощо.

Стратегія часткової агропродуктової інтеграції передбачає купівлю частини потрібних ресурсів і реалізацію певного обсягу створених економічних благ на ринкових засадах через підприємства, що не входять до інтегрованого суб'єкта господарювання (рис. 7).

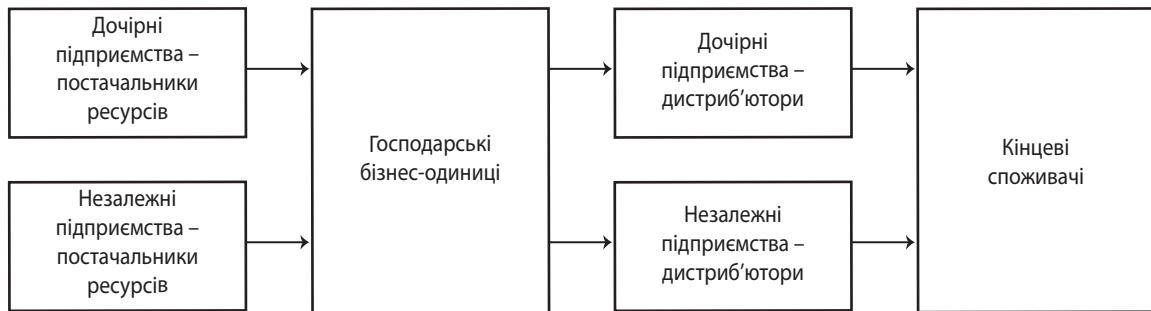


Рис. 7. Концептуальна схема стратегії часткової агропродуктової інтеграції

Джерело: розроблено автором

Продуктова квазіінтеграція передбачає організацію основного виробничого процесу на засадах повної інтеграції, а постачання сировини і збут готової продукції – на договірних засадах. Відсутність обов'язкової умови щодо володіння повним корпоративним пакетом акцій дає змогу залучити до квазіінтеграційних відносин всіх без винятку суб'єктів господарювання в аграрному секторі економіки. Роль інтегратора при цьому часто виконує переробне підприємство, а сільськогосподарські товаровиробники формують його сировинну зону. Формами реалізації цих інтеграційних відносин здебільшого є контрактні, кредитні й міноритарні угоди, договори застави і поруки, а лейтмотивом здійснення – потреба уникати опортуністичної поведінки, зберегти гнучкість управління і неформальну організаційну структуру для мінімізації антимонопольного регулювання і податкового тиску.

Окремим видом квазіінтеграції у світовій практиці є франчайзинг – економічні відносини, коли один суб'єкт

Отже, часткова продуктова інтеграція включає в себе вертикальну інтеграцію та вільний ринковий обмін. Завдяки використанню інформації про структуру витрат постачальників чи дистриб'юторів інтегрований суб'єкт господарювання має змогу обрати кращих із них, тим самим збільшивши свою ринкову владу. До того ж частково інтегрованою компанію легше управляти, ніж повністю інтегрованою, особливо в умовах афіліації різних за розмірами сільськогосподарських товаровиробників, сукупного валового виробництва продукції яких не вистачає для повного завантаження виробничих потужностей переробних підприємств.

господарювання (франчайзер) передає на платній основі іншому (франчайзі) право здійснювати підприємницьку діяльність від свого імені. Тому франчайзинг можна вважати формою організації підприємницької діяльності, зокрема й міжнародної (рис. 8).

Франчайзинг як різновид квазіінтеграційних відносин дає змогу в доволі короткий строк утворити транснаціональну мережеву організацію за продуктовою ознакою. Франчайзі до того ж мають змогу здійснювати свою діяльність за наперед визначеною бізнес-моделлю під відомою торговою маркою або брендом, отримують стабільний ринок збуту. Водночас повна заміна інтеграційної взаємодії концесією призводить до зростання ризику розголошення комерційної таємниці, ускладнення управління мережевою організацією і втрати гнучкості внаслідок надвужкої спеціалізації виробництва. Крім цього, вартість франшизи часто є зовеликою з погляду окупності капіталовкладень на її придбання і приведення у відповідність власних техноло-

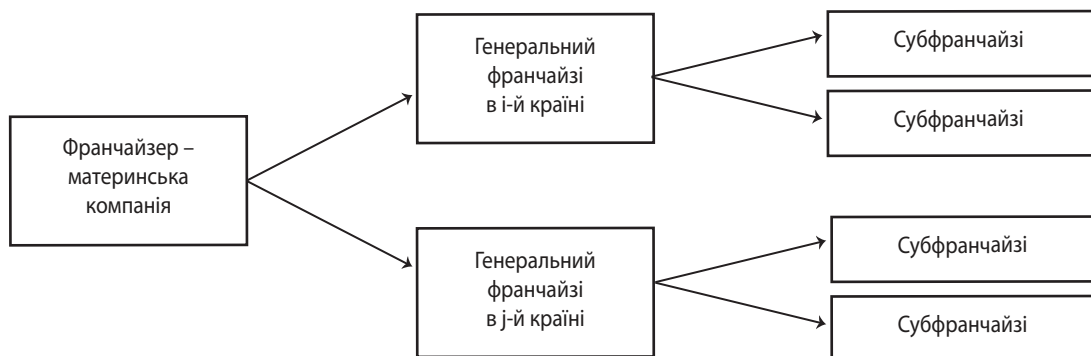


Рис. 8. Концептуальна схема франчайзингу як квазіінтеграції

Джерело: розроблено автором

гічних процесів. У цьому контексті слушною є думка академіка Б. Пасхавера, що базою розвитку агропродуктової інтеграції має бути готельно-ресторанне господарство, яке володіє найактуальнішою інформацією про споживчі уподобання кінцевих споживачів, а обсяги харчування населення поза домом є важливим індикатором динаміки змін рівня продовольчої безпеки країни [12, с. 27].

Стратегію агропродуктової неінтеграції розглядають як альтернативу інтеграційним відносинам, якщо власники і менеджери суб'єктів господарювання свідомо відмовляються від об'єднання на користь вільних ринкових трансакцій. Однак неінтеграція не є тотожною дезінтеграції, тому що декомпозиція інтеграційного цілого не здійснюється. Водночас цю стратегію можуть застосовувати також і інтегровані суб'єкти господарювання, якщо у певній конкретній ситуації інвестиції в специфічні активи й інтеграційний контроль є невідповідними, а ризики опортунізму контрагентів незначні.

Загалом діяльність суб'єктів аграрного господарювання здійснюється під впливом значної кількості ризиків і галузевих особливостей, які визначають характер виробничого процесу, впливають на ринкову кон'юнктуру й ефективність. Тому вибір стратегії інтеграційної взаємодії залежить від рівня стабільності чи волатильності конкурентних умов на товарному ринку.

Ухваленню рішення про вибір певної стратегії зі стратегічного набору продуктової інтеграції в аграрному секторі економіки має передувати ґрунтовний аналіз, базою якого є системи показників рівня інтеграції, розмірності інтегрованих суб'єктів господарювання та довжини ланцюга створення додаткової вартості і відстані до кінцевого споживача.

На мезорівні, а також у цілях державної аграрної політики, індикатором розвитку продуктової інтеграційних відносин є коефіцієнт цілісності ланцюга створення додаткової вартості (K_{iva}) [13, с. 296]:

$$K_{iva} = \sum_{i=1}^n \frac{IC_{ji}}{O_j}, \quad (1)$$

де IC_{ji} – проміжне споживання i -ї галузі j -му ланцюгу створення додаткової вартості;

O_j – валовий випуск (в основних цінах) j -го ланцюга створення додаткової вартості;

n – кількість галузей, що беруть участь у формуванні j -го ланцюга створення додаткової вартості.

До того ж кожний доданок у формулі (1) показує рівень інтегрованості окремої ланки ланцюга створення додаткової вартості у загальну продовольчу систему. Очевидно, що при повній продуктової інтеграції частинні значення K_{iva} будуть прямувати до нуля, тому що вся продукція становитиме сировину для наступних технологічних перетворень.

Якщо виникає потреба в аналізі глобальних агропродовольчих ланцюгів, то у формулі (1) показник проміжного споживання доцільно замінити на обсяг імпорту напівфабрикатів. Тоді K_{iva} набуде значення індексу міжнародної фрагментації виробництва [14, с. 59], який показує як рівень імпортозалежності країни або окремого сектора національної економіки, так і залучення їх до міжнародних відтворювальних процесів.

Висновки. Зважаючи на глобалізаційний характер сучасних економічних відносин, інтеграція в аграрному секторі економіки має базуватися на продуктових ланцюгах створення вартості. Отже, базуючись на концепції ланцюгів створення додаткової вартості, нами уточнено теоретико-методологічні засади розвитку продуктової інтеграції в аграрному секторі економіки України, сформовано континуум її стратегій та розроблено концептуальні схеми їх реалізації. Реалізація агропродуктової інтеграційних відносин має базуватися на принципах взаємної заінтересованості потенційних і реальних учасників та ієрархії їхніх інтересів, наявності спільної мети та мотивації потенційних учасників, ініціативного лідерства, законності, неперервності ланцюга створення додаткової вартості, урахування соціальних, екологічних та економічних проблем галузевого й територіального розвитку, а також однорідності за виробничим типом суб'єктного складу ланцюга створення додаткової вартості.

Продуктову інтеграцію в аграрному секторі економіки на мезо- і мікрорівнях доцільно розвивати у формі господарських об'єднань, холдингів, а також самоврядних кластерних організацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Hopkins T. K., Wallerstein I. Patterns of Development of the Modern World-System. *Review (Fernand Braudel Center)*. 1977. Vol. 1, No. 2. P. 111–145.
2. Портер М. Э. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.
3. Кизим М. О., Крамарев Г. В., Иванова О. Ю., Хаустова В. Є. Теоретичні засади розвитку глобальних ланцюгів створення вартості. *Бізнес Інформ*. 2018. № 12. С. 39–59.
4. Бородіна О. М. Інтеграція дрібних сільськогосподарських виробників до агропродовольчих ланцюгів доданої вартості: методологічні підходи та емпіричні дослідження. *Економіка і прогнозування*. 2014. № 2. С. 73–84.
5. Андреева Т. В., Ермакова Ж. А. Формирование цепочек создания стоимости продукта в пищевой промышленности. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2011. № 1 (120). С. 108–113.
6. Саблук П. Т. Економічний інтерес у розвитку аграрного виробництва. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2014. 356 с.
7. Зайцев Н. С. Интеграция сельскохозяйственных предприятий и агропромышленные комплексы в развитых капиталистических странах. М.: ВНИИТЭИсельхоз МСХ СССР, 1971. 79 с.
8. Гусаков В. Г., Запольский М. И. Классификационные признаки и понятия кооперативно-интеграционных отношений в АПК. Мн.: Ин-т сист. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2011. 32 с.
9. Hill Ch. W. L., Jones G. R. Essentials of Strategic Management [3rd ed.]. Australia; Mason, Ohio: South-Western, Cengage Learning, 2012. 420 p.
10. Лупенко Ю. О., Гупоров А. О. Виробнича типізація сільськогосподарських товаровиробників України. Харків: ТОВ «Смуґаста типографія», 2016. 240 с.
11. McKague K., Siddiquee M. Making Markets More Inclusive. Lessons from CARE and the Future of Sustainability in Agricultural Value Chain Development. New York: Palgrave Macmillan, 2014. XVIII. 246 p.

12. Пасхавер Б. Й. Харчування поза домом у продовольчому споживанні. *Економіка АПК*. 2015. № 5. С. 23–28.

13. Гуроров А. О. Розвиток інтеграційних відносин в аграрному секторі економіки. Київ : ТОВ «СІК ГРУП УКРАЇНА», 2016. 484 с.

14. Гладій І. Й., Зварич І. Я. Міжнародні виробничі мережі в Європі. Тернопіль : Екон. думка, 2011. 292 с.

REFERENCES

Andreyeva, T. V., and Yermakova, Zh. A. "Formirovaniye tsepohek sozdaniya stoimosti produkta v pishchevoy promyshlennosti" [The formation of value chains in the food industry]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 1 (120) (2011): 108-113.

Borodina, O. M. "Intehratsiia dribnykh silskohospodarskykh vyrobnykiv do ahroprodovolchykh lantsiuhiv dodanoi vartosti: metodolohichni pidkhody ta empirychni doslidzhennia" [Integration of smallholder farmers into value-added agri-food chains: methodological approaches and empirical research]. *Ekonomika i prohnozuvannia*, no. 2 (2014): 73-84.

Gusakov, V. G., and Zapolskiy, M. I. *Klassifikatsionnyye priznaki i ponyatiya kooperativno-integratsionnykh otnosheniy v APK* [Classification signs and concepts of cooperative integration relations in the agricultural sector]. Minsk: In-t sist. issled. v APK NAN Belarusi, 2011.

Hill, Ch. W. L., and Jones, G. R. *Essentials of Strategic Management*. Australia; Mason, Ohio: South-Western, Cengage Learning, 2012.

Hladii, I. I., and Zvarych, I. Ya. *Mizhnarodni vyrobnychi merezhi v Yevropi* [International production networks in Europe]. Ternopil: Ekon. dumka, 2011.

Hopkins, T. K., and Wallerstein, I. "Patterns of Development of the Modern World-System". *Review (Fernand Braudel Center)*, vol. 1, no. 2 (1977): 111-145.

Hutorov, A. O. *Rozvytok intehratsiinykh vidnosyn v ahraryno-mu sektori ekonomiky* [Development of integration relations in the agrarian sector of the economy]. Kyiv: TOV «SİK HRUP UKRAINA», 2016.

Kyzym, M. O. et al. "Teoretychni zasady rozvytku hlobalnykh lantsiuhiv stvorennia vartosti" [Theoretical foundations for the development of global value chains]. *Biznes Inform*, no. 12 (2018): 39-59.

Lupenko, Yu. O., and Hutorov, A. O. *Vyrobnycha typizatsiia silskohospodarskykh tovarovyrobnykiv Ukrainy* [Production typification of agricultural producers of Ukraine]. Kharkiv: TOV «Smuhasta typhrafia», 2016.

McKague, K., and Siddiquee, M. *Making Markets More Inclusive. Lessons from CARE and the Future of Sustainability in Agricultural Value Chain Development*. New York: Palgrave Macmillan, 2014.

Paskhaver, B. I. "Kharchuvannia poza domom u prodovolchomu spozhyvanni" [Food outside the home in food consumption]. *Ekonomika APK*, no. 5 (2015): 23-28.

Porter, M. E. *Konkurentnoye preimushchestvo. Kak dostich vysokogo rezultata i obespechit yego ustoychivost* [Competitive advantage. How to achieve a high result and ensure its stability]. Moscow: Alpina Biznes Buks, 2005.

Sabluk, P. T. *Ekonomichni interes u rozvytku ahrarynoho vyrobnytstva* [Economic interest in the development of agricultural production]. Kyiv: NNTs «IAE», 2014.

Zaytsev, N. S. *Integratsiya selskokhozyaystvennykh predpriyatiy i agropromyshlennyye komplekсы v razvitykh kapitalisticheskikh stranakh* [Integration of agricultural enterprises and agro-industrial complexes in developed capitalist countries]. Moscow: VNIITselkhoz MSKh SSSR, 1971.

Стаття надійшла до редакції 01.08.2019