

УДК 338.43.02

JEL Classification: Q12, F15

Биба В.А.,
канд. екон. наук, асистент кафедри менеджменту,
Варченко О.О.,
аспірантка,
Білоцерківський національний аграрний університет

НАПРЯМИ ІНТЕГРАЦІЇ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У АГРОПРОДОВОЛЬЧІ ЛАНЦЮГИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Стратегічним пріоритетом розвитку малих фермерських господарств повинно стати нарощення доданої вартості у агропродовольчих ланцюгах. Як відомо, в Україні значна частина індивідуального сектора включена в сільськогосподарську діяльність і велика частина сільського населення існує за рахунок ведення сімейного фермерства. Однак, ми поділяємо думку науковців про те, що 2,6 млн сільських жителів в економічно активному віці, які наразі виробляють сільськогосподарську продукцію в особистих селянських господарствах, потенційно будуть включені до ланцюгів [1].

Очевидно, що інтеграції малих сільськогосподарських виробників у сучасні агроланцюги постачання необхідних матеріалів, технологій, капіталу й організації збуту виробленої продукції сприятиме підвищенню можливості доступу індивідуального сектора до ринків, які забезпечать повне використання потенційних можливостей щодо цін, доходів. Тому корпоративні структури мають бути зацікавлені в тому, щоб ініціювати процеси залучення дрібнотоварних виробників у агропродовольчі ланцюги. З цією метою слід запровадити систему економічного заохочення цих структур до взаємодії з малими та середніми фермерськими господарствами на основі надання пільг при оподаткуванні.

Одним із напрямів створення умов до конкурентоспроможності малих фермерських господарств на ринках сільськогосподарської продукції та продовольства є підтримка розвитку сільськогосподарської кооперації. Переваги групової участі малих фермерських господарств в ланцюгах очевидні, оскільки для учасників ланцюга економічно привабливою є співпраця з групою, ніж із великою кількістю дрібних виробників, безпосередньо для фермерського господарства є можливість отримати більше вигід від інтеграції – одержувати економію коштів внаслідок формування раціональних закупівель матеріально-технічних ресурсів, мінімізувати втрати у ціні при реалізації продукції, розширити можливості щодо залучення кредитних та технічних ресурсів, а також послуг, що в цілому сприятиме забезпеченню конкурентоспроможності продукції та малого виробника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження наукових праць вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як М. Портера [2], Г. Джереффа [3], М. Морріса та Р. Каплінські [4], дозволило встановити, що сфера досліджень є дуже широкою за підходами та структурою, варіативністю емпіричних явищ. Однак, незважаючи на значну кількість наукових праць по досліджуваній науковій проблемі, існує необхідність у комплексному підході до систематизації підходів інтеграції малих фермерських господарств у агропродовольчі ланцюги доданої вартості та обґрунтуванню напрямів їх розвитку.

Постановка завдання. Метою статті є систематизація науково-методичних підходів до інтеграції малих фермерських господарств у агропродовольчі ланцюги доданої вартості, виділення основних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування та обґрунтування принципів забезпечення сталості та конкурентоспроможності ланцюгів поставок у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. У зарубіжній науковій літературі виділяють три традиційні етапи ланцюга поставок у будь-якому виробничо-збутовому процесі: закупівля, виробництво та розподіл [5; 6]. Водночас, доцільно виділити такі види ланцюгів залежно від ступеня складності здійснення поставок: «прямий ланцюг поставок», який складається із підприємства-виробника та його постачальників, а також споживачів; «розширений ланцюг поставок», який включає постачальників та підприємство-виробника, споживача та клієнтів безпосереднього споживача; «кінцевий ланцюг поставок» включає усі організації, які беруть участь у всіх потоках продуктів, послуг, фінансів та інформації від кінцевих постачальників до кінцевих споживачів. Окрім того, кінцевий ланцюжок поставок охоплює функціональних посередників, таких як фірми з дослідження ринку, постачальників фінансових та логістичних послуг. Ланцюг поставок агропродовольства може мати різний ступінь складності, що пов'язано із кількістю учасників і різнобічністю бізнес-процесів, однак у ланцюзі завжди виділяється основний учасник, який здійснює менеджмент ланцюга поставок.

Зарубіжні вчені визначають агропродовольчі ланцюги поставок як «сукупність взаємозалежних компаній, які тісно співпрацюють з метою здійснення цілеспрямованого впливу на потік товарів і послуг по всьому ланцюгу доданої вартості сільськогосподарських і харчових продуктів, що забезпечить доведення цього потоку до споживачів з мінімально можливими витратами» [7] або «як діяльність, яка охоплює стадії від виробництва до розподілу, що забезпечує доведення продукції до кінцевих споживачів» [8].

Вважаємо, що найбільш точно враховує вплив сучасної тенденції до сталого розвитку сільського господарства на дефініцію поняття агропродовольчий ланцюг підхід ФАО (Продовольчої й сільськогосподарської організації ООН) як сукупність сільськогосподарських товаровиробників та організації (або акторів), які послідовно, скоординовано забезпечують створення доданої вартості з виробництва конкретних видів сільськогосподарської продукції та її переробки з метою одержання харчових продуктів, які продаються кінцевому споживачеві і після споживання направляються у відходи, із забезпеченням прибутковості на кожному етапі, створенням широких вигід для суспільства без перманентного виснаження природних ресурсів [9].

Зазначимо, що зарубіжні та вітчизняні дослідники серед основних викликів функціонування агропродовольчих ланцюгів виділяють такі: сезонний характер виробництва, втрати від псування, відсутність у окремих регіонах необхідної ринкової інфраструктури, слабкі ринкові зв'язки на рівні фермерів, а також посилення вимог до якості та безпечності харчової сировини і готової продукції [10; 11]. Водночас інші дослідники акцентують увагу на тому, що процес управління товарним потоком є основним в агропродовольчих ланцюгах поставок, де ринок і регуляторні важелі держави взаємодіють через рішення уряду, приватних гравців та сільського співтовариства у напрямі досягнення ефективності та відповідальності [12].

Вважаємо, що саме сприяння розвитку місцевих агроланцюгів у вітчизняній практиці сприятиме сталому розвитку сільських територій, актуальність чого підвищується в умовах, коли відбувається зниження чисельності зайнятих у сільському господарстві, посилення сезонності у зайнятості, низької дієвості інструментів державної підтримки, особливо малих форм господарювання. Зазначені труднощі можливо вирішити на основі формування підприємницької ініціативи, зокрема створення місцевих агроланцюгів, що дозволить сформувати додаткові доходи сільського населення, місцевого та державного бюджетів.

Очевидно, що за сутністю до локальних агропродовольчих ланцюгів подібними є так звані «smartchain», які на сьогодні активно обговорюються у європейських країнах. Теоретичне та практичне обґрунтування доцільності розвитку таких ланцюгів поставок агропродовольства базується на позиції створення конкурентоспроможних сільських територій, у яких посилюється позиції фермерів і сільського бізнесу, допомагаючи їм створювати якомога більше робочих місць і створювати більше доданої вартості. Як наголошують науковці, це короткі ланцюги поставок сільськогосподарської продукції, розвиток яких залежить від дієвості інструментів програми розвитку сільських районів європейської співдружності щодо створення умов для «розумних» і конкурентних ланцюгів [13].

Вважаємо, що посилення спеціалізації та фокусування уваги учасників ланцюга поставок на продуктивності лише сільськогосподарського виробництва у вітчизняних умовах залишили поза увагою питання використання та підвищення цінності побічної продукції. Саме тому слухними є зарубіжні підходи у підвищенні стійкості агропродовольчих ланцюгів на основі розвитку коротких ланцюгів та оптимального поєднання розвитку тваринництва та рослинництва із використанням різних методів утилізації поживних речовин. Очевидно, що на основі поєднання різних видів сільськогосподарської діяльності та агропродовольчих процесів, а також формування довгострокових партнерських відносин із учасниками ланцюга поставок можна спільно реалізувати інвестиційний проект з переробки біомаси, що сприятиме сталому розвитку виробництва агропродовольства та розвитку економіки біомаси. Даний підхід набув розвитку у європейських країнах, його результати переконують про можливість одержання додаткової цінності за рахунок подовження ланцюгів, скорочення логістичних витрат та підвищення цінності сільськогосподарських решток та побічних продуктів [14].

Встановлено, що упродовж 2008–2017 рр. в структурі фермерських господарств переважають малі суб'єкти (у 2017 р. – 33 тис. господарств), однак за цей період їх кількість знизилась на 21,1%. Основними причинами такого становища за результатами опитування голів вищезазначеної категорії фермерських господарств є: похилий вік керівника і відсутність спадкоємця (41%), висока ймовірність рейдерського захоплення (23%), збитковість виробничо-господарської діяльності протягом тривалого періоду часу (32%), 4% – інші чинники.

Крім того, прибутковість виробництва продукції рослинництва є вищою порівняно з тваринництвом у фермерських господарствах. Водночас, рівень прибутковості виробництва основних видів продукції у сільськогосподарських підприємствах є вищим, ніж у фермерських господарств в цілому. Пояснити таку ситуацію можна нижчою результативністю діяльності системи менеджменту, що вимагає обґрунтування заходів щодо підвищення економічної стійкості цієї організаційно-правової форми, особливо малих. Також результати досліджень вітчизняних підприємств свідчать про те, що

м'ясне скотарство може бути рентабельним навіть при малих обсягах реалізації продукції, однак дрібні господарства не завжди здатні повернути кредити, необхідні їм для організації виробництва [15]. Саме тому існує необхідність у проведенні комплексних досліджень щодо економічної привабливості виробництва та збуту окремих видів продукції та розробки пропозицій щодо залучення малих фермерських господарств у ланцюги доданої вартості.

Досить важливим чинником, який впливає на рентабельність, а також дозволяє оцінити результативність збутової діяльності фермерських господарств, є величина закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію. Як зазначають науковці, організація збутової діяльності в даному секторі має низку особливостей, які тісно пов'язані зі специфікою та умовами функціонування цих господарств, перш за все, із сімейним характером виробництва, прагненням фермерів максимально задовольнити зростаючі потреби членів свого домогосподарства.

Однією із особливостей організації збуту фермерської продукції є необхідність у підвищенні рівня її товарності. Це вимагає обов'язкового виконання таких умов, як задоволення потреб домогосподарства, розвиток підприємницької ініціативи її членів, підвищення рівня розширеного відтворення.

Наступна особливість полягає в тому, що малі фермерські господарства можуть і повинні швидко змінювати структуру свого виробництва, володіти гнучкістю і мобільністю порівняно з великими сільськогосподарськими товаровиробниками.

Третьою особливістю є багатоканальність збуту фермерської продукції, що, в першу чергу, пов'язано з відсутністю гарантій укладення та продовження договорів на її постачання і виконання умов по ним. Відомо, малі фермерські господарства відрізняються невеликим розміром, у зв'язку з чим витрати на реалізацію продукції значно вищі, ніж в інших суб'єктах агробізнесу.

Збутова інфраструктура фермерських господарств розвинена слабо, що зумовлює четверту особливість – високий рівень трансакційних витрат.

П'ята особливість полягає в труднощах реалізації виробленої продукції в силу нерозвиненості об'єктів логістичної інфраструктури збуту, що стримує нарощення обсягів виробництва. Фермери з достатнім обсягом виробництва сільськогосподарської продукції для продажу зіткнулися з проблемами зберігання, переробки і транспортування цієї продукції до місць збуту. За результатами опитування голів фермерських господарств Київської, Черкаської, Кіровоградської та Хмельницької областей (300 осіб), встановлено, що спостерігається суттєва диференціація каналів збуту за типом суб'єктів господарювання та видом сільськогосподарської продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Структура реалізації фермерських господарств у 2017 р. (на основі опитувань голів фермерських господарств), %

Розмір господарства	Структура реалізації продукції (у % до загального обсягу продажу)			
	переробним підприємствам	пайовикам в рахунок орендної плати за землю та майнових паїв (часток)	на ринку, через власні магазини, ларки, палатки	іншим господарюючим суб'єктам
Зернові культури				
Малі	1,6	2,3	–	96,1
Середні і великі	3,6	3,2	1,2	92
Соняшник				
Малі	1,7	0,8	0,4	97,1
Середні і великі	6,3	0,3	1,2	92,3
Велика рогата худоба				
Малі	11,2	–	23,1	65,7
Середні і великі	76,1	–	1,2	22,7
Свині				
Малі	6,8	–	45,1	48,1
Середні і великі	78,1	–	0,8	21,1
Молоко				
Малі	34,1	–	36,9	29
Середні і великі	80,2	–	0,3	19,5

Джерело: складено та розраховано авторами

Наведені дані табл. 1 свідчать, що малі, середні та великі фермерські господарства реалізують переважну кількість виробленої продукції рослинництва торгово-посередницьким структурам. Проте, малі фермерські господарства значні обсяги продають фізичним особам чи торговим агентам, а розрахунки здійснюються в більшості випадків у готівковій формі. Дана обставина зумовлює свідоме заниження закупівельних цін. Крім, того по відношенню до малих форм господарювання, в переважній більшості якими є фермерські господарства, використовується такий метод збуту продукції, як реалізація посівів.

Середні і великі фермерські господарства реалізують в переважній більшості торгово-посередницьким структурам – юридичним особам і в безготівковій формі. Вважаємо, що відмінності в закупівельних цінах на основні види продукції рослинництва у розрізі та середніх і великих господарств зумовлюють величина товарної партії та час збуту. Так, малі фермерські господарства в основному продають вироблену продукцію у період масового збирання урожаю. В цей період рівень закупівельних цін найнижчий. Основним чинником такої ситуації є відсутність приміщень для зберігання зібраного урожаю. Водночас, середні і великі фермерські господарства – в період найвищого зростання цін.

Враховуючи економічну недоцільність зберігання зерна на орендованих площах хлібоприймальних підприємств, більшість малих фермерських господарств будують міні елеватори. Одним із стимулюючих чинників цього є також наявність відповідної державної програми часткової компенсації вартості вищезазначеного основного засобу саме для даної організаційно-правової форми сільськогосподарських підприємств. Так, при придбанні елеватора фермерськими господарствами компенсується 40%, для решти господарств корпоративного сектору аграрної економіки – 25% вартості. За 2017 рік фермери замовили близько 50-70 одиниць обладнання. Дана обставина спонукала компанію «Югелеватор», запустити окрему лінію продукції для фермерських елеваторів.

Проте, при реалізації основних видів тваринницької продукції між двома типами фермерських господарств спостерігається суттєва відмінність. Так, середні і великі переважно збувають переробним підприємствам, малі – на роздрібних продовольчих ринках, через власні торговельні точки та торгово-посередницьким структурам – фізичним особам. Дана обставина викликана обсягами запропонованої для реалізації товарної партії, від якої залежить рівень закупівельних цін.

Більшість малих фермерських господарств реалізують через мережу роздрібних продовольчих ринків та власну торговельну мережу продукти переробки тваринницької продукції під власними торговими марками. Так, фермерське господарство «Своє свіже» реалізує молочну та м'ясну продукцію через власний фірмовий магазин та мережу екоторговельних закладів. Ковбасні вироби екоферми «Василь.ко» можна придбати у мережі магазинів «Еко-Лавка», «Під Кумпелем».

Вважаємо, що з метою підвищення конкурентоспроможності агропродовольчих ланцюгів, що створюються малими сільгоспвиробниками, економічно доцільною є організація переробки сировини. Нині більшість малих і середніх сільськогосподарських підприємств не мають потужностей по доробці та зберіганню зібраного врожаю, що змушує реалізувати посередницьким структурам у період збиральної кампанії, коли рівень закупівельних цін є найнижчим.

Дослідження вітчизняних науковців доводять, що найбільші втрати спостерігаються у процесі споживання основних видів продуктів харчування. Водночас, значну кількість продовольства втрачається при виробництві та зберіганні, що є свідченням відсутності інноваційних технологій у виробництві та зберіганні [16]. Отже, у нинішніх умовах існує необхідність у створенні сприятливих умов для залучення малими фермерськими господарствами інвестицій для запровадження інноваційних технологій на всіх етапах товароруку продукції від виробника до кінцевого споживача.

Важливим чинником, який впливає на формування певної величини доданої вартості при реалізації сільськогосподарської продукції та продовольства фермерськими господарствами, є вибір каналів товароруку від виробника до споживача. Так, нині можна виділити чотири основні канали розподілу виробленої сільськогосподарської продукції фермерських господарств (роздрібна торгівля, роздрібні продовольчі ринки, переробні підприємства, торгово-посередницькі структури), які з низки причин не забезпечують нарощення доданої вартості. По-перше, заклади роздрібно торгівлі зацікавлені в масових регулярних поставках недорогої, стандартизованої, високоякісної та транспортабельної сільськогосподарської продукції та продовольства, що передбачає її оплату постачальникам за принципом «за полицю». Встановлено, що нині фермери виробляють високоякісну, екологічно чисту продукцію за досить високими цінами, причому обсяг виробництва порівняно невеликий і не відповідає запитам закладів роздрібно торгівлі. По-друге, роздрібні продовольчі ринки не здатні забезпечити фермерським господарствам прийнятний рівень сервісу, а покупцям – належні гарантії якості продукції (рівень достовірності санітарних і ветеринарних експертиз, проведених на них, невисокий). По-третє, закупівельні ціни переробних підприємств порівняно низькі і не забезпечують фермерам високий рівень рентабельності, особливо по основним видам продукції тваринництва. Крім того, не є доцільним спрямовувати на переробку продукцію не масового сільськогосподарського, а дрібного фермерського виробництва – в силу якісних характеристик

останньої більш доцільним є її продаж без переробки. По-четверте, низькі закупівельні ціни характерними є і для торгово-посередницьких структур, тому співпраця з ними не дозволяє фермерам домогтися високого рівня прибутковості (табл. 2).

Таблиця 2

Ефективність реалізації основних видів сільськогосподарської продукції фермерськими господарствами у розрізі маркетингових каналів

Вид продукції	Собівартість, грн./т	Переробним підприємствам		Пайовикам в рахунок орендної плати за землю та майнові паї		На ринку, через власні магазини, ларки, палатки		Іншим господарюючим суб'єктам	
		Ціна, грн./т	Рентабельність, %	Ціна, грн./т	Рентабельність, %	Ціна, грн./т	Рентабельність, %	Ціна, грн./т	Рентабельність, %
Зернові культури	1837,1	3001	63,36	1909,7	3,95	2406,1	30,97	2965,3	61,41
Олійні культури	3807,1	7505,9	97,16	4404	15,68	6967,3	83,01	7549,9	98,31
Цукрові буряки	534,8	796,6	48,95	-				741,4	38,63
Картопля	1936,6	1604,7	-17,14	2149,2	10,98	1939,8	0,17	2522,3	30,24
Велика рогата худоба	25208,3	21051,4	-16,49	17943,5	-28,82	15902,4	-36,92	21100,5	-16,30
Свині	21951,6	24301,7	10,71	21982,8	0,14	23653,2	7,75	24487,1	11,55
Птиця	989,39	16480,1	66,57	15372,8	55,38	17556,5	77,45	21599,8	118,31
Молоко і молоко-продукти	320,96	4336,8	35,12	3593,2	11,95	4637,6	44,49	4530,7	41,16

Джерело: складено та розраховано за даними Державної служби статистики України

Зазначимо, що при пошуку альтернативних каналів збуту слід враховувати специфіку продукції, яку виробляють фермерські господарства. По-перше, вона характеризується наступними ознаками: вироблена у фермерських господарствах, особливо малих, характеризується екологічністю і якістю, а також порівняно високою ціною. В результаті цього є недоцільними їх первинна обробка, зокрема замороження і тривале зберігання, що спричинить погіршення її якості, а використання ланцюга товароруку торгово-посередницьких структур призведе до підвищення рівня роздрібною ціни та збитковості виробничо-господарської діяльності фермерських господарств унаслідок суттєвого зниження закупівельних цін; споживачі – населення та переробні підприємства намагаються купувати товар безпосередньо у виробників, щоб бути переконаним в якості товару і зекономити на різниці цін виробника та роздрібною торгівлі. Нині роздрібна ціна суттєво вища за ціну товаровиробника – фермерського господарства. При цьому близько 90% виробленої сільськогосподарської продукції фермерські господарства реалізують з «поля», головним чином з метою мінімізації трансакційних витрат.

Таким чином, ефективні альтернативні канали збуту повинні забезпечувати пряму взаємодію клієнтів з фермерами. Завдяки цьому споживачі і постачальники можуть отримати ряд переваг: відпаде необхідність в тривалому транспортуванні і зберіганні продуктів, що негативно відобразиться на їх споживчих якостях; покупець зможе безпосередньо перевірити характеристики продукту; виробник зможе самостійно просувати свою продукцію серед певної цільової аудиторії; посередники перестануть вилучати суттєву частку торгової націнки, а роздрібні ціни не будуть завищуватися, в результаті прибуток виробника суттєво виросте, а кінцева ціна для споживача знизиться.

Як переконує практика, подібні канали збуту вже зароджуються стихійно, ринковим шляхом, оскільки існує чітко виражений запит як з боку споживачів на якісні продукти харчування, так і з боку фермерів на розширення ринків збуту.

Вважаємо, що на сьогодні малим фермерським господарствам доцільно розвивати електронну торгівлю сільськогосподарською продукцією та продовольством. Очевидно, що розміри фермерських господарств не завжди відповідають вимогам, що висувається до організації власної системи доставки, використання послуг зовнішнього логістичного оператора є занадто дорогим, а самі кінцеві покупці можуть виявитися не готові їхати в сільські населені пункти за замовленими продуктами на особистому транспорті.

Проте, розвитку електронної торгівлі перешкоджає наявність декількох основних чинників. По-перше, неподільність окремих видів товару. Так, фермери готові продавати продукти за бою

сільськогосподарських тварин. Через це клієнт повинен або чекати, поки набереться достатня кількість замовлень на м'ясо, або самостійно сформувавши пул покупців. По-друге, прояв традиційного консерватизму сільських жителів щодо запровадження сучасних інформаційних технологій. Крім того, в сільських населених пунктах досить складно знайти компетентних фахівців, здатних розробити електронний магазин. Крім того, не всі фермери бажають розміщувати інформацію про себе в Інтернеті. По-третє, географічна обмеженість. Традиційною перевагою електронної торгівлі вважається можливість продавати товар клієнту, що знаходиться в будь-якій точці земної кулі. Однак, для продукції фермерських господарств така концепція є неприйнятною: основною конкурентною перевагою продукту виступає його свіжість, і за умови її збереження доставка товару за межі певного регіону обійдеться занадто дорого і буде не виправданою з економічної точки зору. Доставка продукції фермерських господарств традиційними методами (з заморожуванням, консервацією і т. п.) буде нівелювати його конкурентну перевагу. Тому збут продукції фермерських господарств прив'язаний до певного регіону (відзначимо, що використання електронної торгівлі дозволяє цей регіон дещо розширити).

Проте є приклади успішної організації електронної торгівлі фермерської продукцією в форматі B2C (бізнес – споживачеві). Йдеться про використання двох базових моделей: електронний магазин і службу доставки організує сам фермер; електронний магазин організує спеціалізована компанія, яка забезпечує пряму взаємодію фермерів і кінцевих споживачів [17].

Очевидно, що для прямого збуту фермерської продукції можна використовувати торгові автомати, так званий «вендинг». Вважаємо, що використання цього каналу збуту вимагає додержання наступних умов: продукт повинен зберігатися в торговельному автоматі протягом певного часу без спеціальної обробки, що не втрачаючи своїх споживчих властивостей. Зазначимо, що на сьогодні через торговельні автомати активно реалізується розливне фермерське молоко.

На нашу думку, молокоавтомати покликані не замінити традиційні масові канали розподілу, а лише доповнити їх, давши можливість фермерам пропонувати свій товар кінцевим споживачам. Їх використання дозволить фермерам підвищити рентабельність своєї діяльності, а кінцеві клієнти зможуть розширити споживчий вибір за рахунок якісної продукції.

Важливим напрямом збутової діяльності фермерських господарств є формування прямих поставок сільськогосподарської продукції в заклади роздрібною торгівлі, зокрема в регіональні мережі супермаркетів. Цей канал збуту є вигідним для всіх учасників товароруку: покупці можуть придбати свіжі, фактично тільки з грядки овочі (період часу від збору до викладки на полиці магазинів займає 24 години, а не три-чотири доби, як при традиційній моделі закупівель через оптовиків) і, що важливо, за прийнятною ціною, оскільки з каналу розподілу випадає оптова ланка зі своєю націнкою; установи роздрібною торгівлі зможуть істотно збільшити продажі овочів, торгова мережа при цьому зможе сформувати важливу конкурентну перевагу – пропозиція свіжих овочів за доступними цінами; фермери отримали гарантований ринок збуту і можливість розширити виробництво. Установи регіональної мережі роздрібною торгівлі викуповують у господарств-партнерів всю вирощену ними сільськогосподарську продукцію відповідно до графіка її збору, що вирішує проблему коливань попиту та формування нереалізованих залишків.

Модель прямого співробітництва роздрібною мережі і виробника продуктів харчування не є принципово новою – відомо, що більшість операторів мережевого роздрібу розміщують замовлення на виробництво товарів під власною торговою маркою (private label, PL – приватна торгова марка) безпосередньо на підприємствах харчової промисловості, минаючи оптову ланку. Очевидно, роздрібні мережі супермаркетів співпрацюють з малими фермерськими виробниками, що займаються вирощуванням овочів, однак закуповувана продукція не фасується в стандартизовану фірмову промислову упаковку з фіксованою вагою (за кількістю або масою), як зазвичай відбувається із товарами, що продаються під приватними торговими марками, а продається на вагу без упаковки для формування у споживачів іміджу свіжості і природності овочів (в окремих випадках для зручності покупців овочі можуть бути розфасовані на вагу безпосередньо в магазині) [18].

Вважаємо, що раціональним напрямом розвитку збутової діяльності є розвиток фермерської торгівлі. Як свідчить практика, існує три основні моделі фермерських магазинів: інтернет-проекти; традиційні офлайн-магазини; проекти, що використовують обидва канали продажів – онлайн і офлайн. Ураховуючи особливість діяльності фермерських господарств, зокрема орієнтація на виробництво «нішевої» сільськогосподарської продукції та продуктів харчування, перспективним є розвиток офлайн-магазину типу «у будинку», коли на невеликій площі розміщується незначний асортимент продуктів харчування, що виробляє безпосередньо фермерське господарство. Для них характерними є їх висока якість, унікальність та можливість візуально бачити процес їх виробництва. Вважаємо, що у перспективі буде формуватися такий канал збуту продукції фермерських господарств, як спеціалізовані інтернет-магазини, які будуть пропонувати продукти харчування, що задовольняють потреби в здоровій їжі та дозволять споживачам економити час на відвідуванні закладів оптової та роздрібною торгівлі.

З метою мінімізації витрат на збут та формування високої доданої вартості сільськогосподарської продукції, яку реалізують фермерські господарства, доцільним є створення оптово-розподільчого центру на базі неформального кооперативного об'єднання малих фермерських господарств. Наприклад, такий центр створено у селах Витязівка та Зоряне Бобринецького району Кіровоградського області на базі складського комплексу колишнього сільськогосподарського підприємства і включає в себе: складські приміщення для зберігання зерна; холодильники для неглибокої заморозки плодоовочевої продукції, а також для нетривалого зберігання продуктів забою сільськогосподарських тварин; установка для первинної обробки зерна; фасувальна дільниця; вагове господарство; лабораторія проведення контролю якості; адміністративна будівля.

Вважаємо, що функціонування оптово-розподільчих центрів в перспективі сприятиме вирішенню проблеми збуту продукції малими фермерськими господарствами, які, на відміну від висококонцентрованих сільськогосподарських підприємств, не мають можливості створити власну систему консолідації та зберігання виробленої продукції, так як їх фінансові ресурси в значній мірі обмежені, а також налагодити контакт з великими торговельними мережами. Особливо гостро проблема доставки та зберігання постає перед виробниками продукції, що вимагає певного температурного режиму. Доставка продукції від виробника до споживача здійснюється через схему «холодильного ланцюга», що включає стаціонарні об'єкти, холодильний транспорт і систему моніторингу, які є досить витратними і складно реалізованими малими суб'єктами агробізнесу. Вони виступають проміжною ланкою між товаровиробниками і покупцями, зокрема продуктовими ритейлерами, які в більшості випадків не мають можливості працювати з виробниками через незначні обсяги виробництва, а також невідповідності вимогам – продукція повинна пройти підготовку, мати маркування і штрих-код.

Основною метою створення мережі оптово-розподільчого центру є об'єднання всіх учасників ланцюгів поставок із високою доданою вартістю на одному об'єкті із єдиним інформаційним простором, яке дозволить відстежувати актуальні ціни та пропозиції і зробить ланцюг поставки більш прозорим, дасть можливість малим фермерським господарствам відмовитися від послуг перекупників і посередників.

Одним із напрямів включення малих фермерських господарств у ланцюг доданої вартості є поглиблення розвитку сільськогосподарської кооперації. З цієї метою доцільно здійснювати удосконалення нормативно-правового її регулювання та активізації роз'яснювальної діяльності безпосередньо на рівні малих форм господарювання. Існує необхідність у відмові від поділу сільськогосподарських кооперативів за типами на виробничі та обслуговуючі, надаючи членам (засновникам) сільськогосподарського кооперативу самостійно обирати види діяльності, а також форму діяльності – з метою чи без мети одержання прибутку. З метою набуття статусу неприбутковості в статутні документи кооперативу необхідно внести пункт, що прибутки установи використовуються виключно для забезпечення діяльності та розвитку. Водночас, статутом сільськогосподарського кооперативу, який діє з метою одержання прибутку, також доцільно передбачити обов'язкову трудову участь у діяльності сільськогосподарського кооперативу його членів – фізичних осіб (як це передбачено для сільськогосподарських виробничих кооперативів).

Висновки з проведеного дослідження. Узагальнення підходів до розуміння поняття «ланцюг поставок» дозволило сформулювати власне бачення щодо особливостей функціонування агропродовольчих ланцюгів поставок, які включають малі фермерські господарства, зокрема як інтегральний підхід до створення споживчої цінності, що базується на цілеорієнтованому формуванні довгострокових партнерських відносин на основі посилення інтеграції та кооперації між його учасниками, що сприяє орієнтації до більш повного задоволення потреб кінцевих споживачів та економічних інтересів кожного учасника ланцюга.

З метою підвищення конкурентоспроможності агропродовольчих ланцюгів, що створюються малими сільгоспвиробниками, економічно доцільною є організація переробки сировини, а також формування прямих каналів збуту продукції, що не потребує переробки. Щодо сільськогосподарської продукції, яка виступає сировиною, реалізація можливостей нарощення доданої вартості, які створюються малими фермерськими господарствами, то це можливо забезпечити на основі розвитку сільськогосподарської кооперації та інтеграції із великими товаровиробниками, що сприятиме посиленню економічної сили на ринку агропродовольства та сталому розвитку сільської території.

Бібліографічний список

1. 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.
2. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. 2-е изд. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2006. 715 с.

3. Gereffi G. Global Value Chain Analysis: A Primer. Durham: Center on Globalization, Governance&Competitiveness, Duke University, 2011. 40 p.
4. Kaplinsky R., Morris M. Handbook for Value Chain Research. IDS, 2003. URL: http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/fisheries/docs/Value_Chain_Handbook.pdf (дата звернення: 20.11.2019).
5. Defining Supply Chain Management / Mentzer J.T. et al. *Journal of Business Logistics*. 2001. № 22(2). P. 1-25. URL: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/j.2158-1592.2001.tb00001.x?purchase_referrer=www.google.com&tracking_action=preview_click&r3_referer=wol&show_checkout=1 (дата звернення: 20.11.2019).
6. Matthew A. Walle, Stanley E. Fawcett The SCM Knowledge Supply Chain: Integrating World Views to Advance the Discipline. *Journal of Business Logistics*. 2014. № 35(4). P. 277-280.
7. Beske P., Land A., Seuring S. Sustainable supply chain management practices and dynamic capabilities in the food industry: A critical analysis of the literature. *International Journal of Production*. 2014. № 152. P. 131-143. DOI: 10.1016/j.ijpe.2013.12.026.
8. Christien J.M., Ondersteijn Jo H.M., Wijnands Ruud B.M., Huirne Olaf van Kooten Quantifying the Agri-Food Supply Chain. Netherlands: Springer, 2006. 232 p. (Wageningen UR Frontis Series. Vol. 15).
9. Developing sustainable food value chains – Guiding principles. URL: www.fao.org/3/a-i3953e.pdf (дата звернення: 21.11.2019).
10. Canavari M., Caggiati P., Easter W. Economic Studies on Food, Agriculture and the Environment. New York: Springer Science + Business Media, 2002. 369 p.
11. Крисанов Д.Ф., Варченко О.М. Агропродовольчі ланцюги: ключові проблеми створення та розбудови. *Економіка та прогнозування*. 2017. № 1. С. 72-91.
12. Chandrasekaran N., Raghuram G. Agribusiness Supply Chain Management. New York: CRC Press, BocaRaton, FL, 2014. 700 p.
13. Liu Chales Z.-Z., Yang Lin Framework of Ambient Intelligence System for Smart Agri-food Management. *15 the International Conference of High Performance Computing and communications*. 2015. P. 321-328. DOI:10.1109/HPCC.and.EUC.2013.54.
14. Broeze J., Simons A., Smeets P. Sustainable agro-food production concept: Food clusters (Conference Paper). *Towards a sustainable food chain: Food process, bioprocessing and food quality management: 6th International CIGR technical symposium*, 2011. P. 4.
15. Курінна М.Ю. Ефективність виробництва яловичини в сільськогосподарських підприємствах. *Економіка АПК*. 2015. № 8. С. 99-104.
16. Шпичак О.М. Економіко-організаційні неузгодженості взаємовідносин у продуктових ланцюгах в умовах інфляційно-девальваційних процесів: напрями врегулювання. *Економіка АПК*. 2015. № 6. С. 85-95.
17. Дrajниця С.А., Забурмежа Є.М. Електронна комерція: світові тренди та прогноз розвитку в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 5. Т. 2. С. 69-73.
18. Паска І.М. Інфраструктурне забезпечення збутової діяльності та напрями його удосконалення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 16. С. 18-21.

References

1. Borodina, O.M. (2014), "Integration of smallholder farmers into value-added agri-food chains: methodological approaches and empirical research", *Ekonomika i prohnozuvannia*, no. 2, pp. 73-84.
2. Porter, M. (2006), *Konkurentnoe preimushchestvo: kak dostich vysokogo rezultata i obespechit ego ustoychivost* [Competitive advantage: how to achieve high results and ensure its sustainability], 2nd ed., Alpina Biznes Buks, Moscow, Russia, 715 p.
3. Gereffi, G. (2011), Global Value Chain Analysis: A Primer, Center on Globalization, Governance&Competitiveness, Duke University, Durham, England, 40 p.
4. Kaplinsky, R. and Morris, M. (2003), Handbook for Value Chain Research, IDS, available at: http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/fisheries/docs/Value_Chain_Handbook.pdf (access date November 20, 2019).
5. Mentzer, J.T., DeWitt, W., Keebler, J.S. et al. (2001), "Defining Supply Chain Management", *Journal of Business Logistics*, no. 22(2), pp. 1-25, available at: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/j.2158-1592.2001.tb00001.x?purchase_referrer=www.google.com&tracking_action=preview_click&r3_referer=wol&show_checkout=1 (access date November 20, 2019).
6. Walle, A. Matthew and Fawcett, E. Stanley (2014), "The SCM Knowledge Supply Chain: Integrating World Views to Advance the Discipline", *Journal of Business Logistics*, no. 35(4), pp. 277-280.

7. Beske, P., Land, A. and Seuring, S. (2014), "Sustainable supply chain management practices and dynamic capabilities in the food industry: A critical analysis of the literature", *International Journal of Production*, no. 152, pp. 131-143. DOI: 10.1016/j.ijpe.2013.12.026.
8. Christien, J.M., Ondersteijn, Jo H.M., Wijnands, Ruud B.M. and Huirne, Olaf van Kooten (2006), *Quantifying the Agri-Food Supply Chain*, Springer, Netherlands, 232 p. (Wageningen UR Frontis Series. Vol. 15).
9. FAO (2014), *Developing sustainable food value chains – Guiding principles*, Rome, available at: www.fao.org/3/a-i3953e.pdf (access date November 21, 2019).
10. Canavari, M., Caggiati, P. and Easter, W. (2002), *Economic Studies on Food, Agriculture and the Environment*, Springer Science + Business Media, New York, USA, 369 p.
11. Krysanov, D.F. and Varchenko, O.M. (2017), "Agro-food chains: key problems of creation and development", *Ekonomika ta prohnozuvannia*, no. 1, pp. 72-91.
12. Chandrasekaran, N. and Raghuram, G. (2014), *Agribusiness Supply Chain Management*. CRC Press, BocaRaton, FL, New York, USA, 700 p.
13. Liu, Chales Z.-Z. and Yang, Lin (2015), "Framework of Ambient Intelligence System for Smart Agri-food Management", *15 The International Conference of High Performance Computing and communications*, pp. 321-328. DOI:10.1109/HPCC.and.EUC.2013.54.
14. Broeze, J., Simons, A. and Smeets, P. (2011), "Sustainable agro-food production concept: Food clusters (Conference Paper)", *Towards a sustainable food chain: Food process, bioprocessing and food quality management: 6th International CIGR technical symposium*, p. 4.
15. Kurinna, M.Yu. (2015), "Efficiency of beef production in agricultural enterprises", *Ekonomika APK*, no. 8, pp. 99-104.
16. Shpychak, O.M. (2015), "Economic and organizational mismatches of relations in product chains in the conditions of inflation-devaluation processes: directions of regulation", *Ekonomika APK*, no. 6, pp. 85-95.
17. Drazhnytsia, S.A. and Zaburmekha, Ye.M. (2018), "E-commerce: global trends and outlook in Ukraine", *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 5, Vol. 2, pp. 69-73.
18. Paska, I.M. (2015), "Infrastructure provision of marketing activities and directions of its improvement", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 16, pp. 18-21.

Биба В.А., Варченко О.О. НАПРЯМИ ІНТЕГРАЦІЇ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У АГРОПРОДОВОЛЬЧІ ЛАНЦЮГИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В УКРАЇНІ

Мета. Систематизація науково-методичних підходів до інтеграції малих фермерських господарств у агропродовольчі ланцюги доданої вартості, виділення основних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування та обґрунтування принципів забезпечення сталості та конкурентоспроможності ланцюгів поставок у сучасних умовах.

Методика дослідження. Теоретичною та методологічною основою наукового дослідження є діалектичний метод пізнання економічних явищ, базові положення економічної теорії, фундаментальні праці вітчизняних і зарубіжних економістів з проблем формування, оцінки та управління конкурентоспроможності продукції агросфери за якістю. Під час розробки та вирішення поставлених завдань використовувався комплекс методів: абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення та формування висновків); ретроспективного, порівняльного аналізу (узагальнення зарубіжного і вітчизняного досвіду щодо формування кооперативних зв'язків); експертних оцінок (дослідження ступеня впливу чинників на розвиток альтернативних каналів фірмової торгівлі).

Результати. Узагальнення підходів до розуміння поняття «ланцюг поставок» дозволило сформулювати власне бачення щодо особливостей функціонування агропродовольчих ланцюгів поставок, які включають малі фермерські господарства, зокрема як інтегральний підхід до створення споживчої цінності, що базується на цілеорієнтованому формуванні довгострокових партнерських відносин на основі посилення інтеграції та кооперації між його учасниками, що сприяє орієнтації до більш повного задоволення потреб кінцевих споживачів та економічних інтересів кожного учасника ланцюга. Встановлено, що з метою підвищення конкурентоспроможності агропродовольчих ланцюгів, що створюються малими сільгоспвиробниками, економічно доцільною є організація переробки сировини, а також формування прямих каналів збуту продукції, що не потребує переробки.

Наукова новизна. Обґрунтовано доцільність використання малими фермерськими господарствами торговельних автоматів для реалізації розливного молока та формування прямих поставок сільськогосподарської продукції в заклади громадського харчування та регіональні мережі супермаркетів. Раціональним є розвиток таких форм фермерської торгівлі, як: інтернет-продаж; традиційні офлайн-магазини; здійснення продажів як онлайн, так і офлайн, а в перспективі доцільно забезпечити виробництво продукції фермерськими господарствами за замовленнями споживачів, а саме міського населення.

Практична значущість. З метою підвищення конкурентоспроможності агропродовольчих ланцюгів, що створюються малими фермерськими господарствами, економічно доцільною є організація переробки сировини та потужностей з доробки та зберігання зібраного врожаю на кооперативних засадах. Досягнення мінімізації витрат на збут та формування високої доданої вартості сільськогосподарської продукції, яку реалізують фермерські господарства, можливо за умови створення оптово-розподільчого центру на базі неформального кооперативного об'єднання малих фермерських господарств.

Ключові слова: продовольчий ланцюг, фермерське господарство, додана вартість, кооператив, оптово-розподільчий центр.

Byba V.A. Varchenko O.O. DIRECTIONS OF THE INTEGRATION OF FARMERS IN AGRICULTURAL CHAINS OF VALUE ADDED IN UKRAINE

Purpose. The aim of the article is the systematization of scientific and methodological approaches to integration of small farms into agro-food value chains, identification of the main factors of the external and internal environment of functioning and substantiation of the principles of ensuring the sustainability and competitiveness of supply chains in modern conditions.

Methodology of research. The theoretical and methodological basis of scientific research is the dialectical method of knowledge of economic phenomena, basic provisions of economic theory and fundamental works of domestic and foreign economists on the problems of formation, evaluation and management of competitiveness of agro-sphere products by quality. A set of methods is used in developing and solving the set tasks: abstract and logical (theoretical generalizations and formation of conclusions); retrospective, comparative analysis (generalization of foreign and domestic experience in forming cooperative relations); expert assessments (study of the degree of influence of factors on the development of alternative channels of firm trade).

Findings. Generalizing approaches to understanding the concept of «supply chain» has allowed us to form our own vision on the features of the functioning of agro-food supply chains, which include small farms, in particular as an integral approach to the creation of consumer value based on targeted long-term partnership formation by its participants, which helps to focus on more fully meeting the needs of end consumers and the economic interests of each garlic chain. It is established that in order to increase the competitiveness of agro-food chains created by small agricultural producers, it is economically feasible to organize the processing of raw materials, as well as the formation of direct distribution channels for products that do not require processing.

Originality. The feasibility of using small farms vending machines for the sale of bottling milk and the formation of direct supplies of agricultural products to catering establishments and regional supermarket chains is substantiated. It is rational to develop such forms of farm trade as: online sales; traditional offline stores; sales, both online and offline, and in the long run, it is advisable to provide production to farms at the request of consumers, namely urban population.

Practical value. It is economically feasible to organize the processing of raw materials and capacities for processing and storage of harvested on a cooperative basis in order to increase the competitiveness of agro-food chains created by small farms. Achieving the minimization of marketing costs and the formation of high value-added agricultural products sold by farms is possible, provided the creation of a wholesale distribution centre on the basis of informal cooperative association of small farms.

Keywords: food chain, farm, value added, cooperative, whole sale and distribution centre.

Биба В.А., Варченко О.А. НАПРАВЛЕНИЯ ИНТЕГРАЦИИ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ В АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ЦЕПИ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В УКРАИНЕ

Цель. Систематизация научно-методических подходов к интеграции малых фермерских хозяйств в агропродовольственные цепи добавленной стоимости, выделение основных факторов внешней и внутренней среды функционирования и обоснование принципов обеспечения устойчивости и конкурентоспособности цепей поставок в современных условиях.

Методика исследования. Теоретической и методологической основой научного исследования является диалектический метод познания экономических явлений, базовые положения экономической теории, фундаментальные труды отечественных и зарубежных экономистов по проблемам формирования, оценки и управления конкурентоспособности продукции агросферы по качеству. При разработке и решения поставленных задач использовался комплекс методов: абстрактно-логический (теоретические обобщения и формирование выводов); ретроспективного, сравнительного анализа (обобщение зарубежного и отечественного опыта формирования кооперативных связей); экспертных оценок (исследование степени влияния факторов на развитие альтернативных каналов фирменной торговли).

Результаты. Обобщение подходов к пониманию понятия «цепь поставок» позволило сформировать собственное видение особенностей функционирования агропродовольственных цепей поставок, включающие малые фермерские хозяйства, в частности как интегральный подход к созданию потребительской ценности, основанный на целеориентированном формировании долгосрочных партнерских отношений на основе усиления интеграции и кооперации между его участниками, что способствует ориентации к более полному удовлетворению потребностей конечных потребителей и экономических интересов каждого участника цепи. Установлено, что с целью повышения конкурентоспособности агропродовольственных цепей, которые создаются малыми сельхозпроизводителями, экономически целесообразна организация переработки сырья, а также формирование прямых каналов сбыта продукции, которая не нуждается в переработке.

Научная новизна. Обоснована целесообразность использования малыми фермерскими хозяйствами торговых автоматов для реализации разливного молока и формирования прямых поставок сельскохозяйственной продукции в заведения общественного питания и региональные сети супермаркетов. Рациональным является развитие таких форм фермерской торговли, как: интернет-продажи; традиционные офлайн-магазины; осуществление продаж как онлайн, так и оффлайн, а в перспективе целесообразно обеспечить производство продукции фермерскими хозяйствами по заказам потребителей, а именно городского населения.

Практическая значимость. С целью повышения конкурентоспособности агропродовольственных цепей, которые создаются малыми фермерскими хозяйствами, экономически целесообразна организация переработки сырья и мощностей по доработке и хранению собранного урожая на кооперативных началах. Достижение минимизации расходов на сбыт и формирование высокой добавленной стоимости сельскохозяйственной продукции, которую реализуют фермерские хозяйства, возможны при условии создания оптово-распределительного центра на базе неформального кооперативного объединения малых фермерских хозяйств.

Ключевые слова: продовольственная цепь, фермерское хозяйство, добавленная стоимость, кооператив, оптово-распределительный центр.