

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) [www.economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua) | № 1, 2020 | 30.01.2020 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2020.1.86](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.1.86)

УДК 631.1.016

*Ю.В. Негода,*  
к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ  
ORCID: 0000-0002-9714-5438

## **ПЕРСПЕКТИВИ ВЗАЄМОДІЇ ФОРМ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ БАГАТОУКЛАДНОЇ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ**

*Yu. Nehoda*  
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance,  
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv

### **FORMS OF ECONOMY INTERATION PROSPECTS IN THE CONDITIONS OF MULTIFACETED AGRARIAN ECONOMY**

*В статті встановлено, що привабливість формування агропродовольчих кластерів полягає, по-перше, в можливості державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання, що входять в кластер; по-друге, в економії фінансових ресурсів для розвитку аналогічних інфраструктурних об'єктів і можливості їх оснащення за сучасними світовими технологіями; по-третє, використання єдиного бренду, що позитивно позначається на інформаційному забезпеченні та маркетинговому просуванні продукції; по-четверте, включення в кластер середніх та дрібних виробників сприятиме збереженню традиційного сільського укладу життя населення при підвищенні рівня та якості життя населення сільських територій; по-п'яте, весь перерахований комплекс заходів сприятиме збільшенню доходів регіональних й місцевих бюджетів.*

*Визначено перспективи взаємодії форм господарювання в умовах багатукладної аграрної економіки, які полягають в реалізації проекту нової споживчої кооперації в рамках механізму формування та розвитку агропродовольчих кластерів на основі забезпечення організаційних умов для прискореного генезису споживчих кооперативів на основі централізованої логістичної системи та виконує функцію бізнес-оператора й вирішує завдання створення логістичної інфраструктури (керуючого логістичного центру), утворення єдиної збутової мережі споживчої кооперації, мінімізації логістичних витрат, надання інформаційних, освітніх та інших послуг.*

*It has been determined in the article that the attractiveness of agricultural productive clusters forming is, first of all, in possibility of state management of economic entities activities that are included into the cluster; secondly, it is also in financial resources savings for similar infrastructural objects development and an ability of their being equipped by modern world technologies; thirdly, it is in usage of single brand, which positively influences on information support and product marketing promotion; fourthly, including into a cluster middle size and small size producers will foster preservation of traditional population rural way of life meanwhile improving level and quality of rural territories population life; fifthly, all the indicated above*

*complex of measures will help to increase regional and local budget revenues. It is determined that the strategy of development of new consumer cooperation is to: preserve and increase the benefits of agricultural consumer cooperation based on the introduction of modern forms of its organization; identify and secure new market niches for agricultural consumer cooperatives; to develop effective forms of interaction of consumer cooperation with state and regional development institutes; ensure the implementation of strategic food security priorities. Measures are proposed that will allow the organization of a single marketing system under the common brand of high quality and environmentally friendly food products in rural areas, surrounding cities and metropolitan areas. We have found out the perspectives of economic forms interaction in the terms of multifaceted agrarian economy, that are in the implementation of new consumer cooperation project in the framework of formation mechanism and agricultural productive clusters development on the basis of organizational conditions ensuring for improved genesis of consumer cooperatives on the basis of centralized logistic system and fulfills the function of business-operator and solves a tasks of creating logistic infrastructure (logistic center manager), establishing single marketing network of consumer cooperatives, logistics costs minimization, providing of information, education and other services.*

**Ключові слова:** аграрний сектор; господарювання; кластер; кооператив; трансформація.

**Key words:** agricultural sector; housing; cluster; cooperative; transformation.

**Постановка проблеми.** Період конкуренції між аграрними укладами та організаційними формами підходить до свого логічного завершення. І в зв'язку з цим саме кластери здатні в повній мірі реалізувати потенціал продовольчої безпеки на основі єдності конкуренції та кооперації, формальних і неформальних відносин й збереження балансу інтересів між учасниками кластерів. Однак обмеженість потенціальних суб'єктів кластерних відносин, перш за все, ставить питання про те, як досягти критичної маси реальних учасників мережевої взаємодії, при досягненні якої варто розраховувати на запуск процесів самоорганізації кластерів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** З подальшим розвитком ринкової економіки вченими-економістами приділяється багато уваги дослідженню перспектив взаємодії форм господарювання в умовах багатукладної аграрної економіки, а саме: Бакум В.В., Васильєва Л.М., Крисанов Д.Ф., Кропивко М.Ф., Саблук П.Т., Удова Л.О., Шмаглій О.Б. та інші. У наукових працях даних авторів розглянуто різні аспекти даного питання, але потребує подальшого дослідження обґрунтування необхідності розробки проекту нової споживчої кооперації в рамках механізму формування та розвитку агропродовольчих кластерів.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є визначення перспектив взаємодії форм господарювання в умовах багатукладної аграрної економіки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Як зазначає Бакум В.В. «відмінність кластера від інших форм організації підприємств (наприклад, від територіально-виробничих комплексів) полягає насамперед у наявності внутрішнього конкурентного середовища та сильних конкурентних позицій на глобальному ринку, а отже, в кластерах формується складна комбінація конкуренції і кооперації, вони знаходяться як би в різних площинах і доповнюють один одного, особливо в інноваційних процесах, взаємодія з внутрішнім споживачем кластеру зав'язана на конкуренції, з зовнішнім, навпаки, – переважно на кооперації» [1].

Зауважимо, що на сьогодні немає жодного зрілого агропромислового кластеру. Як зазначають Крисанов Д.Ф. та Удова Л.О. «незавершеність формування кластерів пояснюється тим, що молоко- та м'ясопереробні підприємства у процесі приватизації опинилися у руках суб'єктів (зокрема, немісцевих), які не мають на меті впливати на формування їх сировинної бази, а прагнуть лише максимально використати те, що їм дісталось, стихійність та некерованість, незавершеність таких кластерів в агропродовольчому секторі зумовлюються відсутністю стратегій кластеризації у регіональних органів, які несуть відповідальність за збалансованість економічної, соціальної та екологічної складових сталого розвитку територій, що перебувають під їх юрисдикцією» [3].

На думку Саблука П.Т. і Кропивко М.Ф. «...можуть створюватися два типи агропромислових об'єднань кластерної організації: як об'єднання підприємств, які діють на основі договору про спільну діяльність (пакета двосторонніх договорів) без створення юридичної особи та без об'єднання вкладів її учасників (аналог з радянської практики – РАПО); як об'єднання підприємств будь-якої організаційно-правової форми, яке створене відповідно до законодавства» [4].

Васильєва Л.М. зазначає, що «програмні заходи щодо розвитку інтеграції у сфері виробництва продовольства на основі кластерного підходу можна розділити на три блоки, які включають в себе наступні рекомендації регіональним органам влади: стимулювання створення агропромислових кластерів; підтримка

розвитку агропромислових кластерів; моніторинг та коригування діяльності агропромислових кластерів» [2].

Привабливість формування агропродовольчих кластерів полягає, по-перше, в можливості державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання, що входять в кластер; по-друге, в економії фінансових ресурсів для розвитку аналогічних інфраструктурних об'єктів і можливості їх оснащення за сучасними світовими технологіями; по-третє, використання єдиного бренду, що позитивно позначається на інформаційному забезпеченні та маркетинговому просуванні продукції; по-четверте, включення в кластер середніх та дрібних виробників сприятиме збереженню традиційного сільського укладу життя населення при підвищенні рівня та якості життя населення сільських територій; по-п'яте, весь перерахований комплекс заходів сприятиме збільшенню доходів регіональних й місцевих бюджетів.

Стратегія розвитку нової споживчої кооперації полягає в тому, щоб:

1) зберегти та примножити переваги сільськогосподарської споживчої кооперації на основі впровадження сучасних форм її організації;

2) визначити й закріпити за сільськогосподарською споживчою кооперацією нові ринкові ніші;

3) розробити ефективні форми взаємодії споживчої кооперації з державними та регіональними інститутами розвитку;

4) забезпечити реалізацію стратегічних пріоритетів продовольчої безпеки (забезпечення продовольчої незалежності, нарощування обсягів імпортозамінної продукції, підвищення рівня безпеки та якості виробленої сільськогосподарської продукції).

Організаційна система формування і розвитку агропродовольчих кластерів на основі концепції нової споживчої кооперації може бути визначена як інтеграція «зверху» [5].

Ефективність даної форми інтеграції обумовлена створенням організаційних умов для розвитку на місцях споживчих товариств. Організаційно-правовою формою споживчої кооперації є акціонерне товариство, завдання якого полягає в організації структур, що виконують функції бізнес-оператора, через якого буде здійснюватися комерційна діяльність споживчих кооперативів.

Основним засновником даного акціонерного товариства є адміністрація регіону, а також зацікавлені в розвитку споживчої кооперації некомерційні організації. Мета нової споживчої кооперації полягає в забезпеченні організаційних умов для прискореного генезису споживчих кооперативів на основі централізованої логістичної системи. Відповідно до даної мети нова споживча кооперація виконує функцію бізнес-оператора та вирішує завдання створення логістичної інфраструктури (регіонального логістичного центру), утворення єдиної збутової мережі споживчої кооперації, мінімізації логістичних витрат, надання інформаційних, освітніх та інших послуг.

Генезис нової споживчої кооперації буде здійснюватися в два етапи:

1) контракція, покликана сформувати вихідний соціальний масив господарюючих суб'єктів, здатних до самоорганізації в формі споживчих товариств.

2) кооперація окремих виробників сільськогосподарської продукції, пов'язаних єдиною логістичною системою, на базі якої готові до кооперації виробники об'єднуються в місцеві споживчі кооперативи та інтегруються в єдину мережеву структуру.

Споживча кооперація серед інших ринкових суб'єктів виділяється як специфічна соціально-орієнтована система, спрямована на насичення місцевого ринку продовольчими товарами. У зв'язку з цим дедалі більшу актуальність набуває завдання формування позитивного іміджу екологічно чистої продукції та кооперативного бренду, а також реалізації податкових, організаційних та інших переваг кооперативних об'єднань. Проведення грамотних маркетингових заходів дозволить організувати єдину систему збуту під загальним брендом високоякісної та екологічно чистої продовольчої продукції в сільській місцевості, прилеглих містах і мегаполісах.

Основні заходи:

1) проведення маркетингових досліджень ринку, формування єдиної для всієї системи споживчої кооперації маркетингової політики;

2) створення єдиних брендів для товарів системи споживчої кооперації, які реалізуються через єдину торговельну мережу;

3) утворення загальних стандартів оформлення торгових об'єктів;

4) створення та введення єдиних товарних матриць за основними групами продукції на основі товарної спеціалізації на місцях;

5) розробка моделей взаємодії з особистими господарствами населення (забезпечення насінням, добривами, узгодження закупівельних цін, техрегламентів, відповідальність за дотримання технології вирощування, процедура здачі продукції тощо). Формування даної моделі передбачає утворення специфічних, необов'язково формальних, контрактних відносин між виробником і особистими підсобними господарствами. При цьому взаєморозрахунки між ними повинні реалізовуватися на основі трансфертних цін, що встановлюються на рівні нижче ринкових, та зі збереженням співвідношень натурального обміну. В кінцевому підсумку суспільство реалізує функцію збуту продукції, а також організацію її поглибленої переробки.

На першому етапі (контракція) будуть налагоджені основні умови її формування, пов'язані з утворенням системи закупівель сільськогосподарської продукції, постачання і консультування виробників. Мета етапу – виробництво культур короткого циклу. Кінцевий результат реалізації етапу – формування ринкової ніші екологічно чистих продуктів харчування.

Розширення виробництва сільськогосподарської продукції є неможливим без наявності відповідної інфраструктури аграрного ринку та скорочення логістичних витрат на шляху від виробника до споживача. У зв'язку з цим, розвиток логістичного забезпечення споживчої кооперації в регіоні може виступати ефективним інструментом непрямой підтримки останньої.

Формування керуючих логістичних центрів дозволить розширити і поглибити можливості надання населенню регіону продовольчої продукції сільського господарства високої якості та за доступними цінами, виключивши безліч посередників на шляху до кінцевого споживача.

Формування керуючого логістичного центру дозволить:

- 1) здійснити централізацію збуту продукції сільського господарства, сировини та продовольчих товарів на місцевих ринках через систему споживчої кооперації;
- 2) надавати комплекс послуг, спрямованих на спрощення реалізації продукції сільгоспвиробників, в т.ч. торгового обладнання, торгових місць, холодильних камер, складських приміщень, вантажних і транспортних засобів;
- 3) реалізовувати сервісне обслуговування клієнтів (рекламне, транспортне, інформаційне тощо);
- 4) здійснювати контроль якості та перевірку на відповідність діючим нормам безпеки виробленої та реалізованої сільськогосподарської продукції.

Логістичний центр здійснює обслуговування як власних торгових підприємств системи споживчої кооперації, так й інших підприємств, які здійснюють роздрібну торгівлю. Крім того, він буде орієнтувати на надання логістичних послуг для поставок кооперативної продукції в довколишні міста. В рамках першого етапу розвитку нової споживчої кооперації необхідне узгодження торгової маржі як інструменту гармонізації економічних інтересів учасників процесу. Законодавством не регулюються питання укладання контрактів між постачальниками (виробниками) і торговими мережами. Послуги (зокрема, рекламні) відображаються лише на папері, тоді як за фактом кошти за контрактами виступають додатковим бонусом, своєрідною «платою за вхід» і за присутність товарів на прилавках. В рамках системи споживчої кооперації, утвореної у формі інтеграції споживчої кооперації в вертикаль на основі централізованого управління логістикою, на етапі контрактації буде здійснювати фіксування граничної торговельної маржі логістичного центру. На другому етапі (кооперація) питання узгодження торгової маржі – предмет внутрішніх взаємин споживчих кооперативів як власників акцій товариства. Іншими словами, обрана організаційна форма виключає конфлікт інтересів з приводу торгової маржі, тому що всі підприємства є учасниками єдиної системи споживчої кооперації.

Одним з найважливіших напрямів першого етапу розвитку нової споживчої кооперації є погодження розбіжностей між вимогами до якості та технології виробництва продукції. З урахуванням того, що діяльність споживчих кооперативів має соціальну спрямованість, пов'язану із забезпеченням населення якісними та екологічно чистими продуктами харчування, заходи щодо встановлення уніфікованих вимог до якості продукції, що виробляється виступають одними з ключових у розвитку кооперативного бренду. З метою розвитку споживчої кооперації та підвищення якості виробленої продукції та сировини необхідна реалізація наступних основних заходів: 1) диверсифікація асортименту виробленої та реалізованої продукції; 2) розробка та впровадження інноваційних технологій агровиробництва; 3) збільшення обсягів виробленої та реалізованої продукції сільського господарства; 4) стимулювання товаровиробників сільського господарства на підвищення якості продукції, що виробляється.

Метою другого етапу реалізації проекту є поглиблена переробка продовольчої сировини. Кінцевий результат реалізації етапу полягає в зростанні доданої вартості та доходів населення сільських територій. Важливим напрямом другого етапу розвитку нової споживчої кооперації може стати організація малозатратного механізованого ресурсозберігаючого землеробства, орієнтованого на поліпшення умов і зростання продуктивності праці в аграрному секторі.

Традиційні способи й методи обробки землі в силу надмірного розорювання призводять до деформації структури ґрунту, що, в свою чергу, призводить до її нестійкості. Інтенсифікація обробки земельних ділянок, недотримання сівозміни веде до розвитку деструктивних процесів, що погіршують стан та ефективність використання головного ресурсу кооперації - земель сільськогосподарського призначення.

Нова споживча кооперація покликана реалізувати просвітницьку функцію й організувати раціональні форми природокористування на основі передових методів ресурсозберігаючого землеробства: безплужне землеробство; точкове землеробство; органічне землеробство й землеробство за Міттлайдером; вертикальне землеробство.

Наступним напрямом виступає стійка інтенсифікація системи виробництва сільськогосподарських культур. Очевидно, що основою підвищення економічної ефективності діяльності в сільському господарстві є інтенсифікація використання наявних природних, трудових і фінансових ресурсів. Крім того, велике значення набувають заходи щодо збільшення глибини переробки сільськогосподарської сировини. Кожна стадія переробки приносить додатковий дохід і засоби для подальшого розвитку. Ключовим стимулом розвитку глибокої переробки є недостатня забезпеченість сховищами та елеваторами, а їх відсутність виступає суттєвою проблемою в області розширення виробництва сільськогосподарської продукції.

Завершальний етап формування агропродовольчих кластерів полягає в створенні мережі оптово-роздрібних підприємств, що функціонують під єдиним брендом, що дозволить досягти впізнаваності продукції, скоротити кількість посередницьких структур, прискорити доставку продукції до споживачів, відповідно зберегти якість продукції, яка швидко псується.

**Висновки.** В сучасних умовах місію сільськогосподарської споживчої кооперації можна визначити як забезпечення сталого розвитку аграрного сектору на основі формування альтернативного масового індустріального виробництва та мережевої торгівлі ринкової ніші, спрямованої на задоволення потреб в натуральних, більш безпечних з екологічної точки зору продуктах харчування відповідно до екологічних стандартів, які закладені в продовольчий брендинг, і, як наслідок, розвиток аграрної економіки, забезпечення зайнятості сільського населення. Визначено перспективи взаємодії форм господарювання в умовах багатокладної аграрної економіки, які полягають в реалізації проекту нової споживчої кооперації в рамках механізму формування та розвитку агропродовольчих кластерів на основі забезпечення організаційних умов для прискореного генезису споживчих кооперативів на основі централізованої логістичної системи та виконує функцію бізнес-оператора й вирішує завдання створення логістичної інфраструктури (керуючого логістичного центру), утворення єдиної збутової мережі споживчої кооперації, мінімізації логістичних витрат, надання інформаційних, освітніх та інших послуг.

#### **Список літератури.**

1. Бакум В.В. Методологія розробки агропромислових кластерних утворень регіону. *Економіка АПК*. 2009. №4. С.38 – 45.
2. Васильєва Л.М. Кластеризація як інструмент модернізації регіональної економіки. *Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*. 2015. № 1. С. 172-175.
3. Крисанов Д.Ф., Удова Л.О. Кластеризація економічної діяльності та обслуговування як інструмент сталого розвитку сільських територій. *Економіка України*. 2009. №10. С. 69-75.
4. Саблук П.Т., Кропивко М.Ф. Кластеризація як механізм підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості аграрної економіки. *Економіка АПК*. 2010. №1. С. 3-13.
5. Шмаглій О.Б. Інноваційний розвиток сільського господарства та харчової переробної промисловості. *Економіка АПК*. 2010. №5. С. 119-123.

#### **References.**

1. Bakum, V.V. (2009), «Methodology for development of agro-industrial cluster entities in the region», *APK Economy*, vol. 4. pp. 38-45.
2. Vasilyeva, L.M. (2015), «Clustering as a tool for modernizing the regional economy», *Bulletin of Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University*, vol. 1. pp. 172-175.
3. Krysanov, D.F., Udova, L.O. (2009), «Clustering of economic activity and service as a tool for sustainable rural development». *Economy of Ukraine*, vol. 10. pp. 69-75.
4. Sabluk, P.T., Kropivko, M.F. (2010), «Clustering as a mechanism for increasing the competitiveness and social orientation of the agrarian economy», *APK Economy*, vol. 1. pp. 3-13.
5. Shmagliiy, O.B. (2010), «Innovative development of agriculture and food processing industry», *APK Economy*, vol. 5. pp. 119-123.

*Стаття надійшла до редакції 20.01.2020 р.*