

УДК 339.138:633.1

В. В. Россоха,

д. е. н., професор, головний науковий співробітник відділу
економіки регіонального розвитку та прогнозування, ННЦ "Інститут аграрної економіки"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9208-8948>

О. М. Нечипоренко,

д. е. н., чл.-кор. НААН, заступник директора з наукової роботи,
ННЦ "Інститут аграрної економіки"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1080-5633>

DOI: 10.32702/2306-6792.2024.1.3

ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ТА ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В АГРОПРОДОВОЛЬЧІЙ СФЕРІ

V. Rossokha,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Chief Researcher of the Department of Economics
of Regional Development and Forecasting, National Scientific Centre "Institute of Agrarian Economy"

O. Nechiporenko,

Doctor of Economic Sciences, Chief Researcher, Deputy Director on Scientific Work,
National Scientific Centre "Institute of Agrarian Economy"

FORMATION OF VALUE AND THE ADDED COST IN THE AGRICULTURAL SPHERE

В процесі дослідження опрацьовано концепцію ланцюга створення вартості, спрямовану на скорочення непродуктивних витрат і підвищення цінності продукту. Встановлено тенденції формування вартості в сільському господарстві, що ґрунтується на використанні природних, матеріальних і трудових факторів виробництва і включає етапи додавання вартості в процесі господарської діяльності. Визначено поняття ланцюга створення вартості в сільському господарстві. З'ясовано важливість використання горизонтального ланцюга створення вартості для аналізу господарської діяльності та підвищення ефективності виробництва. Окреслено принципи створення вартості в процесі товароруку сільськогосподарської сировини та продовольчої продукції по вертикальному ланцюзі новоствореної (доданої) вартості від виробника до споживача. Виявлено сутність доданої вартості як критерію виміру діяльності учасників ланцюга та оцінки їхнього суспільного внеску у створення робочих місць, частку від реалізації продукції та податкових надходжень. Розглянуто ціноутворювальний, маркетинговий та просторово-орієнтований концептуальні підходи до процесу формування, використання і відтворення ланцюгів вартості в аграрній сфері. Запропоновано методичний підхід збалансованого формування доданої вартості як основного джерела зростання конкурентоспроможності продукції.

In the process of research, the process of creating and adding value, consisting of a sequence of types of activities, was developed. The concept of the chain of value formation is considered as a descriptive model of the sequence of operations and functional actions aimed at reducing unproductive costs and increasing the value of the product. The ambiguity of the concepts of value and value of goods, market value, which combines social, consumer and exchange value, was established. Trends in the formation of value in agriculture are established, which is based on the use of natural, land, labor, information material and immaterial factors and entrepreneurship involved in the production process, and includes the stages of adding value in the process of economic activity. The concept of the value chain in agriculture is substantiated, which makes it possible to establish the value at each stage of the chain and is important for the expendable part of the product. The importance of using the horizontal chain of value creation for the analysis of economic activity, which includes the development of agricultural production, increasing its productivity and production efficiency, has been clarified. The principles of value creation in the process of commodity movement of agricultural raw materials and food products along the vertical chain of newly created (added) value from the producer to the consumer are outlined. The principles of value creation in the process of commodity movement of agricultural raw materials and food products

along the vertical chain of newly created (added) value from the producer to the consumer are outlined. The essence of added value as a criterion for measuring the activity of chain participants and assessing their social contribution to the creation of jobs, the share of product sales and tax revenues was revealed. Price-forming, marketing and spatially oriented conceptual approaches to the process of formation, use and reproduction of value chains in the agrarian sphere are considered. A methodical approach of balanced formation of added value as the main source of growth in product competitiveness is proposed.

Ключові слова: вартість, товар, ланцюг створення вартості, додаткова вартість, додана вартість, товароруху, ефективність.

Key words: value, commodity, value chain, added value, commodity movement, efficiency.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Процес створення вартості (англ. Value) складається з послідовних дискретних функційних ланок виготовлення продукту й характеризує весь спектр видів діяльності, необхідних для створення товару чи послуги. Після процесу виробництва товар стає носієм вартості й споживної вартості, а у сфері обміну — міною вартості як здатності товару обмінюватися на інші в певних кількісних пропорціях та форми вияву вартості й ціни. Вартість товару характеризує втілена в ньому величина живої й уречевленої праці або витрат виробництва, які визначають після закінчення виробничого процесу. Споживна вартість товару презентує його корисні властивості й постає рушійною силою зацікавленості покупця у придбанні товару за встановленою ціною. Отже, поняття створення вартості співзвучне з поняттям додавання вартості в процесі виробництва, а поняття доданої вартості послугує виявленню потенційної прибутковості виробництва.

Ланцюг створення вартості використовують як описову модель для висвітлення послідовності операцій та функційних дій. Ланками в ланцюзі є різні види діяльності, за допомогою яких створюють продукти, що мають споживну вартість. Ланцюг вартості (англ. Value chain) презентує не просту сукупність незалежних видів діяльності, а пов'язані між собою послідовністю виробничі процеси. Ці зв'язки виникають, коли здійснення того чи того виду діяльності зі створення вартості впливає на витрати або ефективність інших видів діяльності й додавання вартості (англ. Value added).

Концепція ланцюга створення вартості спрямована на скорочення непродуктивних функцій. Ключовим принципом концепції формування ланцюга вартості є збільшення цін-

ності продукту. Тому термін "ланцюг вартості" визначають також як "ланцюг цінності", яка має ринкову привабливість. Особливе місце в концепції посідає цілеспрямованість цього процесу. Усі дискретні види діяльності спрямовані на досягнення однієї об'єднувальної мети їх — отримання додаткової, суспільно-необхідної вартості.

Суспільно-необхідна вартість товару відображає середні умови виробництва товару, що включають стан розвитку внутрішньогалузевої конкуренції, технічний рівень виробництва, витрати уречевленої та живої праці виробників, середню норму прибутку. На рівні економічних явищ суспільна вартість товару постає як ціна виробництва, а додаткова вартість — як ціна виробленого додаткового продукту або надлишок вартості продукту над сумою вартості елементів (витрат) його виробництва.

Поняття "вартість" указує на економічні відносини, величину вартості, тому передбачає ціну, яку необхідно заплатити за товар (послугу), або за якою його можна продати. Формування ринкової ціни товару здійснюють на основі об'єктивних законів ринкової економіки, які діють у сфері виробництва товару (закон вартості, середньої норми прибутку, зростання потреб, розподілу праці) та у сфері обігу (закон попиту та пропозиції, грошового обігу, спадної граничної корисності товару).

Закон вартості вступає в дію на етапі виходу товару зі сфери виробництва й визначає початкову вартість ринкового обміну товару залежно від його суспільної вартості. Згідно із законом вартості виробництво та обмін товарів відбуваються відповідно до суспільно необхідних затрат часу на створення їх. Оптимальним варіантом є обмін товарних еквівалентів, за якого кількість і якість праці, затраченої на створення товарів і послуг, у процесі купівлі-продажу їх виявляється рівноцінною. Саме у

сфері обміну й виникають товарно-грошові відносини.

Проте вартість і цінність товару чи послуги завжди були неоднозначними поняттями. Суспільне благо, яке має високу вартість, може мати низьку ринкову ціну. Така двомірність спирається на концепції вартості й ціни. Хоча дехто сповідує адекватність цих концепцій, економічна наука доводить протилежне. З одного боку, ціну визначають як економічну суму, яку виробник розраховує отримати за свій товар на ринку. З іншого боку, вартість засвідчує суму, яку споживач готовий заплатити за певний товар чи послугу.

У сучасному товарному виробництві ціноутворення не повністю відповідає вимогам закону вартості, оскільки на ринку діють також інші закони, що впливають на обмін. Домінуювальним законом ціноутворення у сфері обігу стає закон попиту та пропозиції, що коригує суспільну вартість відповідно до споживної та мінової вартості товару. Дія закону вартості не означає, що обмін у кожному конкретному випадку здійснюється відповідно до вартості. Ціна як грошовий вираз вартості не завжди є точним мірилом її величини. Зазвичай ціна стихійно відхиляється від вартості товарів. Проте в умовах конкуренції ці відхилення не можуть бути значними і тривалими в часі. Загалом, коливання цін навколо вартості не порушують дію закону вартості.

Ринкова ціна фокусує складні економічні зв'язки між середніми суспільними умовами виробництва товару й можливостями щодо споживання його. Вона встановлює відповідність кількості та якості споживних вартостей із платоспроможним попитом та активно впливає на рівень і масштаби виробництва. Об'єктивною основою встановлення ринкової ціни товару є ринкова вартість, що об'єднує суспільну, споживну та мінову вартість.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Теорія ланцюгів створення вартості має давню еволюцію розвитку, започатковану древньогрецькою філософською думкою. Створення вартості у сільському господарстві обґрунтовують фізіократи (від грець. "фізіс" — природа та "кратос" — влада). Ф. Кене в "економічній таблиці" розглядає рух продуктових і грошових потоків як послідовно виконуваних операцій, у яких додається вартість. Т. Хопкінс і І. Валлерстайн у контексті їхньої концепції світ-системного аналізу вводять поняття продуктового ланцюга [1, с. 128]. За визначенням

дослідників, продуктовий ланцюг (commodity chain) складається з відокремлюваних процесів, або "осередків" (boxes) з низкою характеристик, що можуть змінюватися в часі. Кожен з них містить трудові й виробничі процеси, кінцевим результатом яких є готова продукція [2, с. 159].

Термін "ланцюг створення вартості" як повний комплекс видів діяльності, необхідних для перетворення концепції товару чи послуги через різні етапи виробництва на продукт кінцевого споживання запропонували Р. Каплінські та М. Морріс [3, с. 4]. Г. Джереффі, Дж. Хамфрі, Т. Стерджен, Дж. Хамфрі, Т. Стерджен довели, що ланцюг створення вартості — це послідовність взаємопов'язаних і взаємозалежних видів діяльності, необхідних для створення товару чи послуги. Ця діяльність починається із задуму, включає різні стадії виробництва і закінчується доставкою до кінцевого споживача та післяпродажним обслуговуванням із подальшою утилізацією або переробленням [4]. Створення ланцюга вартості забезпечує базову основу поглибленого розуміння концепції цінності для товарів і послуг, що надають цінність фактичним потребам та запитам клієнтів для виживання компанії, зазначають К. Діліп і П. В. Раджив [5].

Аналіз ланцюжка створення вартості товару (послуги) як метод визначення критичного шляху підвищення його цінності для клієнта за одночасного зниження витрат представляє К. Ебі [6]. Етапи конструкції ланцюга вартості, деконструкції (аналізу) з виявлення суперечностей, дезорганізувальних елементів, зайвих процесів, які не додають вартості, та реконструкції (синтезу) — створення нового ланцюга вартості у функціонуванні впродовж стабільного циклу та впливу чинників, урахування яких спонукає до змін у його структурі, досліджує М. Портер [7]. Опрацювання абсолютної й відносної доданої вартості в територіальних громадах та окреслення її як базису економічного розвитку здійснили І. А. Гурняк, О. І. Дацко, О. І. Яремчик [8].

Додану вартість у ланцюжку вартості агробізнесу з визначенням фермерської частки в динаміці зростаючої складності сучасного споживчого попиту та частки споживчого долара, отриманого кожною стадією ланцюжка вартості агропродовольчої продукції опрацьовує М. Е. Куканья [9]. Проблеми теоретико-методологічного забезпечення додаткової вартості з виокремленням векторів, виділенням чинників та використанням концептуальних підходів до формування її в аграрному секторі економіки ґрунтовно розглядають І. І. Кравчук та

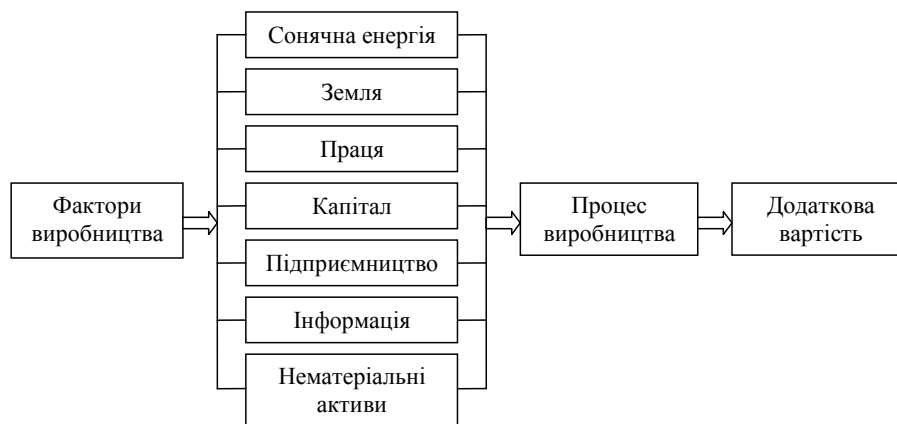


Рис. 1. Процес створення вартості у сільськогосподарському виробництві

І. А. Кравчук [10]. Проте процес створення вартості й додаткової вартості в аграрній сфері економіки, особливо в сільському господарстві, досі недостатньо науково опрацьовано й потребує подальшого вивчення.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Обґрунтування шляхів створення вартості в сільському господарстві та підходів до побудови ланцюгів доданої вартості в аграрному секторі.

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Основні питання теорії вартості як економічного явища опрацьовано методом наукових абстракцій і категорій. Формування вартості в сільському господарстві здійснено за допомогою факторного аналізу та синтезу. Для побудови ланцюга доданої вартості в аграрному секторі та оцінювання його впливу на результати господарської діяльності використано системний підхід, метод порівнянь і аналогій та розрахунково-конструктивний метод. Для обґрунтування висновків використано метод узагальнення наукових положень.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

В умовах глобалізації економіки, конкурентного ринкового середовища, змін клімату, технологічних досягнень, забезпечення сталого розвитку, розроблення комплексних стандартів, пов'язаних, головним чином, з безпеністю і якістю продукції, змін споживчого попиту й галузевої структури в агропродовольчій сфері формування ланцюгів створення вартості стає дедалі складнішим процесом. Водночас у сільському господарстві він має суттєві відмінності від інших галузей аграрного сектору. Узагальнено ланцюг вартості формується в процесі діяльності факторами виробництва, до

яких належать природні, земельні й трудові ресурси, капітал і підприємництво, що організовує процес створення вартості й додаткової вартості, а також інновації та нематеріальні активи (рис. 1).

Насамперед вартість утворюють залучені до процесу виробництва природні фактори, що включають сонячну енергію й залежний від неї клімат. За законом Подолінського, збереження й додаткове нагромадження сонячної енергії являє собою додатковий продукт (додаткову вартість), а людська праця у взаємодії з іншими факторами виробництва лише сприяє нагромадженню сонячної енергії [11, с. 229].

Другим фактором, який фізіократи ставили в основу виробництва додаткової вартості, є земля, її органічний шар (грунт), родючість якого зумовлена діяльністю Сонця й забезпечує урожайність рослин і створення додаткової вартості, що має назву диференціальна рента І. Вища урожайність на кращих землях, порівняно з гіршими, формує диференціальну ренту ІІ.

Третій фактор отримання додаткової вартості спирається на людську працю, яка володіє знаннями, досвідом і технологіями виробництва для нагромадження сонячної енергії. "Праця є таке споживання механічної і психічної роботи, нагромадженої в організмі, що має результатом збільшення кількості перетвореної енергії на земній поверхні" — зазначає С. Подолінський [11, с. 229]".

Четвертий фактор — капітал, що забезпечує технологічний процес виробництва сільськогосподарських культур комплексами машин та іншими матеріально-технічними засобами для виконання технологічних операцій та отримання додаткової вартості.

П'ятий, підприємницький, фактор організовує виробничий процес, обирає технологію, відповідно до якої здійснює випуск про-

дукції й опрацьовує ланцюжок створення вартості для реалізації його у виробничому циклі, забезпечує виконання технологічних операцій та скорочення непродуктивних функцій (витрат) для збільшення прибутковості виготовленого продукту в процесі виробництва та цінності його в процесі обігу. Організація процесу виробництва у ланцюжку створення вартості включає аналіз ринку вхідних матеріальних і трудових ресурсів, контрактні домовленості з працівниками, постачальниками і споживачами сільськогосподарського товару.

Стабільне зростання масштабів інформації, яка дедалі більше набуває ролі катализатора прискорення темпів економічного розвитку, стало характерною особливістю господарської діяльності на нинішньому етапі. Інформаційне забезпечення здійснюється за допомогою різних засобів, проте в сучасних умовах найбільш швидкодіючими, потужними і абсолютно пануючими серед них є комп'ютерні і телекомунікаційні технології та соціальні мережі. Джерелами інформації для аграрного виробництва є повідомлення про дослідження в наукових та науково-практичних виданнях, рекомендації, раціоналізаторські пропозиції, надання інформаційно-консультаційних послуг дорадницькими структурами, проведення тематичних семінарів і виставок.

Основні тенденції розвитку економіки показують, що на створення вартості впливають також нематеріальні компоненти, які є унікальною особливістю підвищення вартості на величину, більшу за середній показник у галузі. Вони включають професійні якості персоналу, імідж підприємства на ринку, відносини з кредиторами, інвесторами і громадськістю, професійно сформовану маркетингову політику, налагоджені зв'язки з контрагентами, наявність постійних постачальників і споживачів, екологічну спрямованість виробництва, високу якість продукції, вигідне територіальне розташування.

Отже, ланцюг створення вартості в сільському господарстві являє собою систему взаємозалежних і взаємообумовлених природними, соціально-економічними й екологічними факторами пов'язаних між собою видів діяльності, за наявності яких спосіб виконання одного з них впливає на витрати або ефективність інших. Концепція ланцюга вартості дає змогу встановити вартість, яку створюють на кожному етапі ланцюга, та має важливе значення для витратної частини товару, а також для задоволення

потреб споживачів. Ланцюг створення вартості є відображенням господарської діяльності, що дає змогу визначити, як формується вартість та прибуток підприємства.

Формування ланцюгів створення вартості може бути спрямоване на досягнення різних цілей, які стосуються людських, соціальних, економічних і екологічних аспектів, мати на меті розвиток сільського господарства, підвищення його продуктивності, сталості, економічності, соціальної спрямованості, екологічності, інклюзивності, сприяння економічному зростанню сільських регіонів тощо.

Необхідно розрізняти загальні цілі розвитку ланцюга доданої вартості та заходи з удосконалення його, тобто засоби, які використовують з метою досягнення таких цілей. До таких засобів належать інновації, що включають використання високоврожайних сортів і гібридів культурних рослин, прогресивних технічних засобів, новітніх технологій виробництва і технологічних процесів, засобів захисту рослин від хвороб і шкідників та забур'яненості посівів. Для узгодженості різних цілей використовують системний підхід до розроблення ланцюгів, здійснюють моніторинг і контроль досягнення визначеної мети та впливу її на інші цілі. Водночас важливо встановити межі ланцюга додавання вартості.

Знання ланцюжка створення вартості дає можливість:

- здійснювати детальний аналіз усіх етапів процесу створення вартості;
- оцінювати виробничі витрати на основних етапах створення вартості;
- визначати ключові фактори успіху;
- розробляти концепцію й стратегічний план розвитку виробництва;
- визначати початкову вартість.

Використання ланцюга створення вартості під час аналізу господарської діяльності необхідне для цілісного уявлення бізнесу, оскільки допомагає виокремити та систематизувати конкретні види операцій, розподілити ризики, визначити слабкі місця та напрями розвитку, вартість і місце підприємства на ринку, а також для розуміння того, що може бути поліпшено. Водночас горизонтальний ланцюг створення вартості у сільському господарстві характеризується поглибленням інтеграції виробничих процесів шляхом цифрових трансформацій та нових способів управління витратами, що включають еквівалентність сполучення і взаємодію факторів, комбінування обмежених ресурсів для виробництва продукції.

Проте створення вартості у сільськогосподарському підприємстві обмежується, зазвичай, виробництвом сировини як проміжного товару. У процесі товароруку сільськогосподарської (продовольчої) продукції від виробника до споживача формується вертикальний ланцюг створення вартості. До неї додають вартість переміщення, перероблення, розподілу, реалізації, що продукують усі суб'єкти агропродовольчої і торговельної мережі. Збільшення вартості товару за рахунок різних видів діяльності відбувається на кожному етапі ланцюга й описується рівнянням

$$V = \sum_{i=1}^n a_i$$

де a_i — додана вартість продукції на кожному етапі товароруку від виробника до кінцевого споживача; i — кількість етапів.

Додану вартість характеризують як новостворену вартість, якої набула сировина у процесі проходження ланцюга "виробник-споживач". Кожна із стадій ланцюга пов'язана з певними витратами, але надає проміжному продукту додаткових споживчих якостей. Додана вартість на кожному із цих етапів підвищує ціну товару й набуває ознак ринкової вартості. Величину доданої вартості кінцевому споживачу визначає глибина перероблення сировини, структура асортименту і якість виробленої продовольчої продукції. Так, найбільші світові виробники молочної продукції отримують з 1 тонни переробленого молока залежно від номенклатури продукції від 0,76 до 1,48 тис. дол. США [12, с. 262].

З кукурудзи, наприклад, можна виробити 15—20 видів продукції з високою доданою вартістю. Якщо вартість однієї тонни кукурудзи становить 190 дол. США, то одна тонна виробленого крохмалю — 420, біоетанолу — 630, глюкози — 840, олії кукурудзяної — 850, фруктози — 1050, а лимонної кислоти — 1100 дол. США. Після глибокого перероблення п'яти експортних культур (кукурудза, пшениця, ячмінь, соя, ріпак) матимемо такі результати щорічного економічного зростання:

- частки доданої вартості в аграрному виробництві до 28%;
- експортну виручку до 41 млрд дол. США, що становить додатково 30 млрд дол. США;
- податкових надходжень до 55 млрд грн;
- збільшення робочих місць в аграрному секторі на 26,5 тис.;
- додаткового приросту ВВП на 5% [13].

За глибокого перероблення сировини частка сільського господарства у ланцюгу доданої вартості зменшується. Якщо в 1993 році у США частка ферм в ланцюжку вартості агропродовольчої продукції становила 19,3%, а 80,7% припадало на сфери виробництва і реалізації харчових продуктів, то в 2014 році вона знизилась до 14,3%, а інших сфер зросла до 85,7% [9, с. 27].

Отже, сутність доданої вартості полягає в тому, що кожен з етапів ланцюга підвищує цінність і вартість товару для кінцевого споживача та виручку від реалізації його. Додана вартість — це критерій виміру діяльності учасників ланцюга та оцінки їхнього суспільного внеску у створення робочих місць, виручку і частку від реалізації продукції та податкових надходжень, а також показник, що надає необхідну інформацію для ухвалення управлінських рішень щодо важелів впливу на поліпшення використання всіх задіяних видів ресурсів на створення її. Якщо суб'єкти у ланцюгу доданої вартості займають ринкові позиції й стають власниками товару, то додану вартість створює різниця у витратах на закупівлю та продаж товару.

Розподіл доданої вартості на заробітну плату, дивіденди, нерозподілений прибуток, відсотки за користування кредитами, податки та відрахування до фондів соціального страхування надає інформацію про відповідні частки винагороди усіх учасників економічних відносин. Фінансовий результат їхньої діяльності (прибуток чи збиток) залежить від пропорцій розподілу доданої вартості на складники, тому, певною мірою, є суб'єктивним показником.

Процес формування, використання і відтворення ланцюгів вартості (цінності) в міждисциплінарній методології дослідження соціально-економічного розвитку в аграрній сфері окреслюють ціноорієнтованим, маркетинговим та просторово-мережним концептуальними підходами.

Ціноутворювальний підхід орієнтований на асортимент, якість і цінність продукції для споживача і межу витрат, нижче якої підприємство не може встановити ціну, оцінку цінності продукту покупцем та реакцію конкурентів, що характерно для гнучкого виробництва з широкою номенклатурою та швидкою зміною в структурі продукції.

Маркетинговий підхід до формування ланцюгів вартості спирається на ринкові закони пропозиції і попиту, зокрема і еластичність його та купівельну спроможність населення. Залежно від ситуації на ринку вектор ланцюгів

вартості може змінити свій напрям у бік підвищення, або зниження вартості на будь-якому етапі товароруку.

Перебіг подій, пов'язаний з російською воєнною агресією, тимчасовою окупацією загарбниками частини території України, розривом логістичних зв'язків, спричиняє відхилення у ланцюгах створення вартості (цінності) та досягненні балансу розподілу її між учасниками агропродовольчого товароруку, зростанням частки логістичної інфраструктури.

Просторово-мережевий підхід до формування ланцюгів вартості слугує для обґрунтування просторів (середовищ) створення, використання та відтворення вартості (цінності). До таких просторів належать територіальні, галузеві, корпоративні, інформаційні, інституціональні тощо. В аграрному секторі ці простори виступають координаторами територіального розміщення ланцюгів створення вартості в ґрунтово-кліматичних зонах та формування локальних агропродовольчих мереж.

Для оцінювання доданої вартості використовують такі методи EVA — економічної доданої вартості; SVA — доданої вартості акціонерного капіталу; MVA — ринкової доданої вартості; CVA — грошової доданої вартості; CFROI — прибутковості інвестицій на основі потоку грошових коштів тощо. Найпоширеніший у вітчизняній практиці підхід збалансованого формування доданої вартості як основного джерела зростання конкурентоспроможності, що описують формулою

$$(\max) \text{ ДВ} = (\max) \text{ ЧД} - \text{МВ}$$

де ДВ — додана вартість; ЧД — чистий дохід; МВ — матеріальні та прирівняні до них витрати.

Аналіз ланцюга вартості дає можливість виявити місця та процеси виробництва, що можуть впливати на спроможність досягнення конкурентних переваг. Джерелами цих переваг можуть бути зміни в характеристиках продукції, процесів і способів ведення бізнесу, що забезпечать зниження витрат або до надання видам діяльності чи продуктам унікальних характеристик. Водночас установити основні дії, що створюють додану вартість, і допоміжні, які не створюють, та усунути якомога більше таких дій.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

Процес створення вартості презентує послідовність видів діяльності для виготовлення продукту шляхом додавання вартості, що

ідентично поняттю доданої вартості, яка характеризує потенційну прибутковість виробництва.

Ланцюг створення вартості являє собою описову модель пов'язаних між собою виробничих операцій, концептуально спрямовану на скорочення непродуктивних функцій для збільшення ринкової цінності продукту.

Суспільна вартість відображає середні умови виробництва й виступає як ціна виробництва й середня норма прибутку, а додана вартість як ціна надлишок вартості продукту над сумою витрат виробництва.

Величина вартості передбачає ціну продажу продукту, формування якої здійснюють на основі законів ринкової економіки, що діють у сфері виробництва і сфері товарно-грошових відносин щодо купівлі-продажу.

Формування ланцюгів створення вартості в сучасних умовах виробництва в агропродовольчій сфері стає дедалі складнішим процесом, що зумовлено рядом застережень, пов'язаних із безпечністю і якістю продовольчих продуктів, та залежністю галузі від чинників впливу внутрішнього і зовнішнього середовища.

Створення вартості в сільському господарстві здійснюють шляхом використання залучених у процес виробництва природних, матеріальних, трудових, підприємницьких, інноваційно-технологічних і нематеріальних факторів виробництва. Ланцюг, кожна ланка якого дає змогу встановити вартість витратної частини товару, є відображенням господарської діяльності.

На кожному етапі товароруку сільськогосподарської продукції від виробника до споживача до неї додається вартість кожного з учасників ланцюга, що надає проміжному продукту додаткових споживних якостей і характеризується як новостворена вартість.

Величину доданої вартості кінцевому споживачу визначають глибиною перероблення сировини, структурою асортименту і якістю виробленої продовольчої продукції, що підвищує її цінність, вартість, виручку від реалізації й зменшує частку сільського господарства у ланцюзі доданої вартості.

Додана вартість є критерієм виміру діяльності учасників ланцюга, оцінки їхнього суспільного внеску відносно створення робочих місць, частки виручки від реалізації продукції та податкових надходжень, а її розподіл на заробітну плату, дивіденди, нерозподілений прибуток, відсотки за користування кредитами, податки та відрахування до фондів соціально-

го страхування — показником відповідних часток винагороди учасників економічних відносин.

Ціноорієнтований, маркетинговий та просторово-мережевий концептуальні підходи до процесу формування, використання і відтворення ланцюгів вартості (цінності) в аграрній сфері потребують подальшого дослідження їхнього впливу на конкурентоспроможність виробництва в умовах сталого розвитку, цифровізації й глобалізації економіки та кліматичних змін.

Література:

1. Hopkins T., Wallerstein I. Patterns of Development of the Modern World-System. Review. Fall 1977. Vol. 1, № 2. P. 111—145.
2. Hopkins T., Wallerstein I. Commodity Chains in the World-Economy Prior to 1800. Review. Summer 1986. Vol. 10, № 1. P. 157—170.
3. Kaplinsky R., Morris M. A Handbook for Value Chain Research. Ottawa : International Development Research Center, 2001. 113 p.
4. Dilip, K. and Rajeev, P.V. (2016) Value Chain: A Conceptual Framework. International Journal of Engineering and Management Sciences. Vol. 7 (1), pp. 74—77.
5. Eby K. (2017). Comprehensive Guide to Value Chain Analysis with Examples by Industry, Smartsheet. URL : <https://www.smartsheet.com/everything-you-need-to-know-about-value-chain-analysis>
6. Gereffi G., Humphrey J., Sturgeon T. The governance of global value chains. Review of International Economy. February 2005. № 12. P. 78—104.
7. Porter M. What Is Strategy? Harvard Business Review. November-December, 1996.
8. Гурняк І. А., Дацко О. І., Яремчик О. І. Додана вартість як базис економічного розвитку територіальних громад. Регіональна економіка. 2015, № 1. С. 37—47.
9. Cucagna M. E. Value adding in the agri-food value chain. The International Food and Agribusiness Management Review. 2016. Vol. 21(3). P. 26—32.
10. Кравчук І. І., Кравчук І. А. Концептуальні підходи до формування доданої вартості в аграрному секторі економіки. Ефективна економіка. 2018. № 8. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6479>
11. Подолинський С. А. Вибрані твори. Київ: КНЕУ, 2000. 486 с.
12. Петриченко О. А. Розвиток молока продуктового підкомплексу в Україні: монографія. Київ : ННЦ "ІАЕ", 2018. 348 с.

13. Бабанін О. "Велика агропереробка": як збільшити додану вартість в агросекторі. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/22/688436/>

References:

1. Hopkins, T. and Wallerstein, I. (1977), "Patterns of Development of the Modern World-System", Review, vol. 1, no. 2, pp. 111—145.
 2. Hopkins, T. and Wallerstein, I. (1986), "Commodity Chains in the World-Economy Prior to 1800", Review, vol. 10, no. 1, pp. 157—170.
 3. Kaplinsky, R. and Morris, M. (2001), A Handbook for Value Chain Research, International Development Research Center, Ottawa, Canada.
 4. Dilip, K. and Rajeev, P.V. (2016), "Value Chain: A Conceptual Framework", International Journal of Engineering and Management Sciences, vol. 7 (1), pp. 74—77.
 5. Eby, K. (2017), "Comprehensive Guide to Value Chain Analysis with Examples by Industry", Smartsheet, available at: <https://www.smartsheet.com/everything-you-need-to-know-about-value-chain-analysis> (Accessed 05 Dec 2023).
 6. Gereffi, G. Humphrey, J. and Sturgeon, T. (2005), "The governance of global value chains", Review of International Economy, vol. 12, pp. 78—104.
 7. Porter, M. (1996), "What Is Strategy?", Harvard Business Review, vol. November-December.
 8. Gurnyak, I.L. Daczko, O.I. and Yaremchuk, O.I. (2015), "Added value as the basis of economic development of territorial communities", Regional'na ekonomika, vol. 1, pp. 37—47.
 9. Cucagna, M.E. (2016), "Value adding in the agri-food value chain", The International Food and Agribusiness Management Review, vol. 21 (3), pp. 26—32.
 10. Kravchuk, I.I. and Kravchuk, I.A. (2018), "Conceptual approaches to the formation of value added in the agrarian sector of the economy", Efektyvna ekonomika, vol. 8, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6479> (Accessed 05 Dec 2023).
 11. Podolynskyi, S.A. (2000), Vybrani tvory [Selected works], KNEU, Kyiv, Ukraine.
 12. Petrychenko, O.A. (2018), Rozvytok molokoproduktovogo pidkompleksu v Ukrayini [Development of the milk product sub-complex in Ukraine], NNCz "IAE", Kyiv, Ukraine.
 13. Babanin, O. (2022), "Great agroprocessing": how to increase added value in the agricultural sector", available at: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/22/688436/> (Accessed 05 Dec 2023).
- Стаття надійшла до редакції 10.12.2023 р.*