

УДК 658.821: 65

**Кравчук І.А.**  
кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри маркетингу  
Житомирського національного агроєкологічного університету

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

У статті визначено багатоаспектність теоретичних підходів у трактуванні формування доданої вартості. Здійснено дослідження процесу формування доданої вартості на засадах теорії технології Дж. Томпсона, теорії дії та з використанням ієрархічного підходу. Обґрунтовано доцільність вибору різновекторних напрямів наукових розвідок із формування доданої вартості.

**Ключові слова:** додана вартість, формування доданої вартості, технологія доданої вартості, ієрархічний підхід до теоретичних інтерпретацій, структура доданої вартості.

### **Кравчук И.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ**

В статье определена многоаспектность теоретических подходов в трактовке формирования добавленной стоимости. Проведено исследование процесса формирования добавленной стоимости на основе теории технологии Дж. Томпсона, теории действия и с использованием иерархического подхода. Обоснована целесообразность выбора разновекторных направлений научных исследований по формированию добавленной стоимости.

**Ключевые слова:** добавленная стоимость, формирования добавленной стоимости, технология добавленной стоимости, иерархический подход к теоретическим интерпретациям, структура добавленной стоимости.

### **Kravchuk I.A. THEORETICAL BASIS RESEARCH FORMATION VALUE ADDED**

Determined multiple aspects of theoretical approaches to the interpretation of the formation of value added. A study of the formation of value-added technology-based theory of J. Thompson's theory of action and using a hierarchical approach. Expediency of selection diversity of the research on the formation of value added.

**Keywords:** value added, formation of added value, technology added value, hierarchical approach to theoretical interpretations, structure of the value added.

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток глобальних продуктивних мереж, посилення конкуренції на міжнародних та внутрішніх ринках зумовили створення нової архітектури бізнес-відносин виробників, переробних, інфраструктурних організацій у процесі доведення продукції до споживача. Важливим критерієм в оцінці ефективності цих відносин стала величина доданої вартості продукції, що ототожнюється з додатково приєднаною вартістю в процесі доробки, переробки і просування товару на ринок. Продукція більшості вітчизняних підприємств наразі характеризується низьким рівнем доданої вартості, що знижує ступінь інноваційної активності підприємств та підтримки конкурентоспроможності продукції, призводить до сировинної орієнтації експорту, уповільнює розвиток продуктивних сил. Означене спонукає до необхідності теоретико-методологічного обґрунтування формування доданої вартості продукції, що й визначає актуальність проблеми дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми взаємодії в економічних системах та додавання вартості продукту розглядали Аристотель, Ф. Кене, А. Тюрго. З початку ХХ століття й дотепер питання формування доданої вартості, її структури та ефективності є науковими інтересами багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників: І. Гурняка, І. Гужви, М. Ільчука, М. Калетніка, С. Кваши, О. Кірлана, Я. Книша, Ю. Лузана, Р. Макконнелла, М. Міллера, О. Мендрула, В. Нордгауза, М. Осіпова, А. Рапппорта, Г. Пчелянської, С. Салиги, П. Самюельсона, Б. Стюарта, М. Хорунжого, С. Фама, Б. Фельдерера, Ш. Хомбурга, Л. Якимишина, Д. Янга та багатьох інших. Їхні дослідження охоплюють великий спектр проблем доданої вартості, аспектів її формування в різних економічних системах, а також становлять сучасний методологічний базис розвитку продуктивних сил на інноваційних засадах. Водночас багатоаспектність наявних теоретико-методологічних

підходів до формування доданої вартості зумовлює необхідність продовження наукових розвідок у сенсі визначення методологічних і прикладних векторів цього процесу.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є обґрунтування теоретичних засад дослідження формування доданої вартості та пропозиція розробки теоретичного базису розгляду цього поняття.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Проблема формування доданої вартості продукції та її оцінки була стрижнем досліджень у різні періоди розвитку економічної науки, а дискусії науковців щодо її розподілу, привласнення, потенціалу тривають і дотепер. Розвиток теорій маркетингу, логістики, трансакційних витрат, просторової економіки, мережових ринкових систем, каскадних продуктивних ланцюгів зумовив формування нового діапазону наукових поглядів на додану вартість та аспекти її формування. Для узагальнення теоретичних поглядів на формування доданої вартості необхідним вбачається використання методу структурного аналізу, що дозволить розглянути різні варіанти наукових поглядів на додану вартість та на процеси її формування, починаючи від етимологічних основ цих понять і завершуючи їх ієрархічною диференціацією.

У світовому науковому економічному середовищі додану вартість (*Value Added*) ототожнюють із вартістю, яка додається в процесі виробництва товарів до вартості сировини, матеріалів, палива на кожній стадії руху товарів від виробника до споживача [14, с. 45; 4, с. 70]. Особливості використання терміна "*Value Added*" (*додана вартість*) вітчизняними та зарубіжними науковцями характеризуються різною інтерпретацією концептуальних обґрунтувань та його перекладу з англійського на інші мови, зокрема й на українську [3, с. 111; 12, с. 242; 7, с. 34; 16, с. 18; 17, с. 95; 19, с. 302; 9, с. 135; 13, с. 515]. Це зумовило наявність багатовекторності теоретико-

методологічних та прикладних положень щодо сутності доданої вартості, її місця, структури та функцій у різних економічних теоріях та течіях.

Проблему формування доданої вартості в процесах різної людської діяльності досліджували Аристотель, Ф. Кене, А. Тюрго. Ототожнюючи процес досягнення хрематичних цілей із процесом створення доданої вартості, Аристотель наголошував на необхідності її «економічного розподілу» для забезпечення можливості наступних циклів діяльності, а також для забезпечення зручного обміну [6, с. 44]. Створення першої макроекономічної картини взаємозв'язку трьох основних класів (галузей), дозволило Ф. Кене сформулювати «економічну таблицю», у якій відображено схему руху продуктових і грошових потоків, у яких «додається» вартість [8, с. 49].

У своїх поглядах А. Тюрго, як і Ф. Кене дотримувався затратної концепції походження вартості, зводячи її до затрат живої та уречевленої праці. У процесі обґрунтування механізму формування ринкових цін А. Тюрго розділяє їх на поточні й основні та доводить наявність доданої вартості в ціні, позначаючи її як новостворену працею частину вартості [2, с. 304–305].

Аналіз теоретичних інтерпретацій поняття «додана вартість», які викладено в багатьох наукових працях, засвідчує аналогічність поглядів дослідників у формуванні його сутності, зокрема «вартість, яка додається», «додається на кожній стадії руху товару», «розраховується як різниця між виручкою від реалізації товарів та послуг і витратами на придбання сировини», «частина вартості, що створюється в конкретній організації», «відображає реальний внесок підприємства у створення вартості конкретного продукту» і т. д. Однак недостатньо дослідженими залишаються процес її формування та аспекти взаємодії об'єктів і суб'єктів цього процесу, чинники впливу на зміну її структури, показники та вимірники її оцінки на різних ієрархічних рівнях економічних систем, що спонукає до поглибленого дослідження цих аспектів.

Продовження розгляду процесу формування доданої вартості доцільно здійснювати на засадах теорії технології Дж. Томпсона, на думку якого, технологія – це набір цілеспрямованих дій (операцій), що приводять до очікуваного результату, виконуються з використанням певних ресурсів та мають властивість відтворювати ці ресурси [18, с. 28]. Процес форму-

вання доданої вартості можна розглядати як технологією, що охоплює методи й техніку її створення як специфічного продукту.

З теоретичного погляду, процес і, зокрема процес формування доданої вартості слід розглядати на засадах теорії дії, основні постулати якої зводяться до розгляду сутнісних особливостей дій (людини) як актів її діяльності, для яких характерними є цілеусвідомлення, індивідуальна активність та певний порядок (алгоритм) [5, с. 151]. З огляду на означене, формування доданої вартості може представлятися як послідовне поєднання дій із її створення у єдиний «ланцюжок», учасники якого змінюють товар (послугу), додаючи йому цінності (корисності), що може впливати на його конкурентоспроможність (рис. 1).

Представлена на рисунку схема теоретичної моделі формування доданої вартості дозволяє продовжувати дослідження в контексті доведення її адаптивності до різновекторних наукових розвідок, зокрема вбачається можливим чітке фіксування меж досліджень та їх об'єктів.

У теоретичних доведеннях науковців немає чіткого та однозначного тлумачення структури доданої вартості. Вбачається можливим обґрунтування його сутності та теоретичних інтерпретацій на засадах ієрархічного підходу, за яким базовим рівнем формування доданої вартості є рівень організації (підприємства) (таблиця 1).

Структурні елементи доданої вартості залишаються незмінними, а її збільшення відбувається шляхом додавання сукупності «оплата праці (з нарахуванням податків та обов'язкових платежів) + рента + відсотки + прибуток» на кожному ієрархічному рівні, у середовищі якого здійснюється просування продукту.

У наукових працях прихильників теорії додаткової вартості К. Маркса містяться положення щодо необхідності вважати додаткову вартість основою доданої вартості [10, с. 200; 15, с. 97]. Інші дослідники наголошують на доцільності ототожнення додаткової вартості із структурним елементом доданої вартості [1]. На нашу думку, означені проблеми слід розглядати через призму «еволюції концептуального обґрунтування доданої вартості», а саме – не знижуючи актуальності поглядів К. Маркса, розмежовуючи «політичне» й «економічне» в його вченні, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між

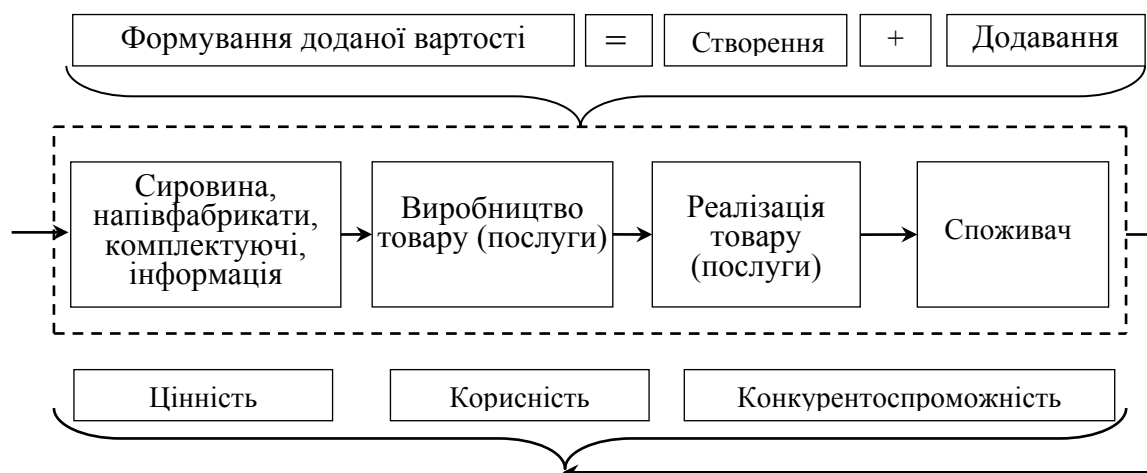


Рис. 1. Теоретична модель формування доданої вартості

Джерело: власні дослідження

Таблиця 1

## Формулювання структури доданої вартості на засадах ієрархічного підходу

Теоретичні інтерпретації поняття «додана вартість»	Структурні елементи доданої вартості	Рівні ієрархії			
		Локальний	Регіональний	Національний	Міжнародний
Вартість готової продукції фірми (компанії) мінус вартість сировини, матеріалів, напівфабрикатів та інших ресурсів, придбаних у інших компаній та використаних для її виробництва	ДВ = оплата праці (з нарахуванням податків та обов'язкових платежів) + рента + відсотки + прибуток (вартість продукції = матеріали + енерговитрати + оплата праці + амортизація + рента + відсотки + прибуток + податки)				
Частина вартості, що створюється в конкретній організації					
Частина ціни продукту, створюваної в такій компанії					
Базис оподаткування, економічний результат господарської діяльності людини, підприємства					
Вартість, додана до товару або послуги під час їх проходження за ланцюжком від місця його первинного придбання, виробництва і т. д. до роздрібною торгівлі					
Додатково приєднана вартість у процесі доробки, переробки і просування товару на ринок; чим більше стадій обробки проходить товар, тим більше додається йому вартості					

Джерело: власні дослідження

класичними й сучасними аспектами трактування поняття «додана вартість».

Слід розрізнити додаткову вартість (за К. Марксом) та додану вартість (за С. Брю, К. Макконелом) [11, с. 63]. К. Маркс оперував поняттям «додаткова вартість» (*surplus value*), розглядав її через зв'язок «Гроші – Товар – Гроші», де Гроші = Гроші + ΔГроші, тобто дорівнюють раніше авансованій сумі плюс деякий приріст, який вважав додатковою вартістю, а її джерелом – неоплачену працю найманих працівників. Трактуючи поняття «додана вартість» (*Value Added*), яке наразі є актуальним в обґрунтуванні методологічних і прикладних аспектів її формування, ототожнюється з ринковою вартістю товарів та послуг за вирахування вартості використаних сировини та матеріалів, які придбані в постачальників; вирахуванням та підсумовуванням доданої вартості, створеної всіма суб'єктами, визначенням величини валового внутрішнього продукту, (ринкової вартості сукупного обсягу виробництва) [9, с. 135]. Вважаємо, що додана вартість характеризує внесок певних операцій, бізнес-процесів (бізнес-технологій) у створення нової вартості продукту, яку можна вважати його цінністю.

Цінність на рівні організації в основному вимірюється прибутком, який виникає при цьому, та нарахованій заробітній платі учасникам відповідної операції або бізнес-діяльності. Цінність продукту для споживача вимірюється його конкурентоспроможністю – ціною, якістю, ланцюгом просування, комфортністю придбання та використання тощо, тобто тими властивостями, які отримує продукт у процесі доведення до споживача й відповідно, які є результатом різних видів «обробки», що додають йому вартості. Таким чином, ринок визначає, що саме і кому він готовий профінансувати.

Цінність, що створюється, є основою розвитку та інновацій, тобто нових прогресивних способів розв'язання певних проблем у будь-якій сфері. Відповідно до цього для розвитку організації необхідно створювати додану вартість (цінність), яка, як результат процесу формування, впливатиме на розвиток продуктивних сил та соціуму загалом.

Емпіричне дослідження формування доданої вартості, здійснене на засадах використання постулатів теорії технології Дж. Томпсона, теорії дії, ієрархічного

підходу, теорії цінності дозволяє розробляти модель диференційованого теоретичного обґрунтування поняття «додана вартість» та обирати різноманітні напрями наукових розвідок щодо технології, об'єктів та суб'єктів її формування, мереж створення цінності на основі доданої вартості.

#### Висновки.

1. Формування доданої вартості розглядається в багатоаспектній теоретичній площині із збереженням основної сутності цього поняття як вартості, що додається в процесі виробництва товарів до вартості сировини, матеріалів, палива на кожній стадії руху товарів від виробника до споживача.

2. Проблема формування доданої вартості в процесах різної людської діяльності досліджувалась відомими економістами (Аристотель, Ф. Кене, А. Тюро) як джерело її «економного розподілу» для забезпечення можливості наступних циклів діяльності, а також для забезпечення зручного обміну, руху продуктових і грошових потоків, у яких «додається» вартість, формування механізму ринкових цін.

3. Дослідження процесу формування доданої вартості на засадах теорії технології Дж. Томпсона дозволяє розглядати її як технологією, що охоплює методи й техніку її створення як специфічного продукту, втілену технологію, яка охоплює машини, обладнання, споруди, цілі виробничі системи та продукцію, інформацію та ототожнювати цей процес із обсягами знань, які використовуються на кожній стадії (операції) створення доданої вартості, а їх носії є реципієнтами координації різних ієрархічних суб'єктів.

4. Дослідження процесу формування доданої вартості на засадах теорії дії формує уявлення про «ланцюжок дій», учасники якого змінюють товар (послугу), додаючи йому цінності (корисності), що може впливати на його конкурентоспроможність.

5. Обґрунтування сутності структури доданої вартості на засадах ієрархічного підходу дозволяє поєднувати теоретичні інтерпретації цього поняття із рівнями ієрархії економічної системи, в межах яких здійснюється наукове дослідження.

6. Трактуючи поняття «додана вартість» та обґрунтування методологічних і прикладних аспектів її формування в контексті ототожнення її з ринковою вартістю товарів і послуг за вирахування

вартості використаних сировини та матеріалів, які придбані в постачальників дозволяє розглядати її як цінність продукції, що забезпечується внеском певних операцій, бізнес-процесів (бізнес-технологій) у створення нової вартості продукту.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Афанасьєва Т. Управління вартістю підприємства [Електронний ресурс] / Т. Афанасьєва. – Режим доступу : <http://intkonf.org/afanaseva-ta-upravlinnya-varistyu-pidpriemstva/>. – Назва з екрана.
2. Блауг М. Тюрго, Анн Роберт Жак // 100 великих економістів до Кейнса – Great Economists before Keynes : An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past. – СПб. : Економікус, 2008. – 352 с.
3. Вартість банківського бізнесу [Текст] : монографія / [А. Єпіфанов, С. Леонов, Й. Хабер та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук А. Єпіфанова та д-ра екон. наук С. Леонова. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ». – 295 с.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 7-е видання / В. Бусел (ред.). – К. : Ірпінь : Перун, 2009. – 1736 с.
5. Дэвидсон Д. Об идее концептуальной схемы / Пер. А. Золкина / Д. Дэвидсон // Аналитическая философия: Избранные тексты / Сост. А. Грязнов. – М. : Изд-во МГУ, 1993. – С. 144–159.
6. Доватур А. «Политика» Аристотеля / А. Доватур // Аристотель. Сочинения : В 4-х т. Т. 4 / Пер. с древнегреч. ; Общ. ред. А. Доватура. – М. : Мысль, 1983. – 830 с.
7. Економічна енциклопедія : У трьох томах. Т. 1. / Редкол. : С. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.
8. Історія економіки та економічної думки: навч. посібник (модульний варіант) / Д. Богиня, Н. Краус, О. Манжура, В. Нижник та ін. Хмельницький : ХНУ, 2010. – 428 с.
9. Макконелл К. Экономикс : принципы, проблемы и политика : пер. с 14-го англ. изд. / К. Макконелл, С. Брю. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 972 с.
10. Мендрул О. Управління вартістю підприємств : монографія / О. Мендрул. – К. : КНЕУ, 2002. – 272 с.
11. Маркс К. Капитал : в 4 т. 1V том: Теория прибавочной стоимости / К. Маркс. – М. : Политиздат, 1978. – 476 с.
12. Серіков А. Модель оцінки вартості блага : синтезуючий підхід // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 12. – С. 236–247.
13. Словарь современной экономической теории Макмиллана. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 608 с.
14. Словник фінансово-правових термінів / за заг. ред. д. ю.н., проф. Л. Воронової. – 2-е вид., переробл. і доповн. – К. : Алерта, 2011. – 558 с.
15. Терещенко О. Управління вартістю підприємства в системі фінансового менеджменту / О. Терещенко, М. Стецько // Фінанси України. – 2009. – № 3. – С. 91–99.
16. Чухрай Н., Гірна О. Формування ланцюга поставок : питання теорії та практики : Монографія. – Львів : Інтелект-Захід, 2007. – 232 с.
17. Rappaport A. Creating Shareholder Value: a Guide for Managers and Investors / A. Rappaport. – Free Press. – 1999. – 432 p.
18. Thompson J. Organizations in Action / J. Thompson. – (New York : McGraw-Hill, 1967. – P. 24–29.
19. Young S. EVA and Value Based Management : A Practical Guide to Implementation / S. Young, S. O'Byrne. – NY : McGraw-Hill Professional. – 2000. – 493 p.