



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Інна Вікторівна ГОНЧАРУК
Ганна Вікторівна ШЕВЧУК

**МЕХАНІЗМ УДОСКОНАЛЕННЯ
ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ
ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОЇ ГАЛУЗІ**

Монографія

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Інна Вікторівна ГОНЧАРУК
Ганна Вікторівна ШЕВЧУК**

**МЕХАНІЗМ УДОСКОНАЛЕННЯ
ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ
ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОЇ ГАЛУЗІ**

Монографія

Вінниця – 2022

УДК 330.131.3:663.3

Г 65

Рекомендовано до друку Вченою радою Вінницького національного аграрного університету (протокол № 17 від 24.12.2021 р.)

Рецензенти:

ХВЕСИК Михайло Артемович – доктор економічних наук, професор, академік НААН України, Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України»;

Гальків Любов Іванівна – доктор економічних наук, професор, Інститут економіки і менеджменту національного університету «Львівська політехніка»;

Козловський Сергій Володимирович – доктор економічних наук, професор, Донецький національний університет ім. Василя Стуса.

Гончарук І.В., Шевчук Г.В.

Г 65 Механізм удосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі. / І.Гончарук, Г.Шевчук. - Вінниця: ТОВ «Твори», 2022, 180 с.

ISBN 978-617-552-082-6

У монографії обґрунтовано теоретичні та методичні засади формування механізму удосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі для забезпечення раціонального використання виробничого потенціалу. Удосконалено концептуально-методичний підхід до формування механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі в умовах здійснення євроінтеграційних процесів. Запропоновано організаційно-економічні заходи щодо удосконалення регіональної маркетингової структури підприємств плодово-овочевої галузі. Розроблено напрями удосконалення механізму залучення інвестицій підприємств плодово-овочевої галузі та концептуальні положення підвищення ролі державного регулювання у підвищенні ефективності функціонування ринку плодовоовочевої продукції.

Монографія виконана в межах науково-дослідницької теми: «Формування та удосконалення механізму сталого розвитку економічних систем» (0114U006192) і призначена для науковців, фахівців-практиків, може використовуватись здобувачами вищої освіти, докторантами, аспірантами закладів вищої освіти, а також становить науковий інтерес для всіх, кого цікавить окреслене коло проблем.

ISBN 978-617-552-082-6

УДК 330.131.3:663.3

© І.В. Гончарук, Г.В. Шевчук 2021

© Вінницький національний аграрний університет

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ . . .	7
1.1. Концептуальний підхід щодо формування організаційно-економічного механізму функціонування та управління підприємств плодоовочевої галузі	7
1.2. Сутність, критерії та методологічні підходи до формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі	22
1.3. Складові елементи організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодо-овочевої галузі	32
РОЗДІЛ 2	
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОЇ ГАЛУЗІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМСТВ	43
2.1. Економічна оцінка зарубіжного і вітчизняного досвіду формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі . . .	43
2.2. Стан та тенденції розвитку економіки плодово-овочевої галузі України	53
2.3. Аналіз ефективності функціонування підприємств плодоовочівництва Вінниці та Вінницької області	78

РОЗДІЛ 3	
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ	
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ	
ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ	
ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОЇ ГАЛУЗІ	91
3.1. Розробка і впровадження раціональної маркетингової	
структури підприємств плодово-овочевої галузі	91
3.2. Удосконалення механізму залучення	
інвестицій підприємств плодово-овочевої галузі	108
3.3. Державне регулювання – важливий фактор	
підвищення ефективності функціонування	
ринку плодово-овочевої продукції	126
ВИСНОВКИ	140
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	144
ДОДАТКИ	164

ВСТУП

Економічні основи і результати функціонування підприємств в агропродовольчій сфері підпорядковані внутрішньогалузевим секторальним особливостям. В Україні агрогалузева підприємницька діяльність разом із дотичними сферами здійснюється в умовах економічної нестабільності. Утвердження моделі підприємництва з пріоритетним виробництвом експортоорієнтованих сільськогосподарських продуктів призвело до фактичного занепаду високоліквідних за споживчою цінністю продукції галузей. Серед найбільш проблемних – плодово-овочева: у ній діяльність відзначається величезними ризиками, як базовими демотиваційними факторами розвитку підприємництва.

Епідеміологічні потрясіння 2020 року, що зворушили весь світ і всі сфери суспільного життя, найчастіше характеризуються словом «криза», не можуть відобразитися на стані продовольчої безпеки світу і окремих країн. На рівні окремих соціальних груп в кожній країні на початку 2020 року вже виникли і розвиваються бентежні тенденції фізіологічного недоспоживання продовольства, зміни структури харчування, зниження стандартів здорового і безпечного харчування.

Величезний потенціал плодово-овочевої галузі залишається не реалізованим, а потреби населення у плодах, ягодах, овочах у значному обсязі задовольняються за рахунок імпорту. Вітчизняні підприємницькі структури через організаційно-економічну нестабільність ринку, відсутність цільової державної підтримки не виявляють активності у розвитку цієї галузі, а ті, що існують, – потребують розбудови конкурентоспроможного механізму функціонування. Серед значимих проблем, які потрібно розв'язати для актуальної зміни ситуації на вмотивовану, щодо активізації підприємництва у цій сфері наступні: формування культури споживання продукції плодово-овочевої групи; стратегічна державна підтримка виробників і створення доступної ринкової інфраструктури; реалізація ефективних інноваційно-інвестиційних проєктів розвитку плодово-овочевого сектору за участю малих суб'єктів господарювання; розроблення адаптивних моделей механізмів організаційно-економічного удосконалення функціонування підприємств плодовоовочевої галузі.

У першому розділі – «Теоретико-методичні засади організаційно-економічного механізму функціонування підприємств» – розглядаються основні положення теорії створення, управління та функціонування бізнесу. Автори узагальнюють основи управління бізнесом у галузі фруктів та

овочів. Проведено дослідження умов та факторів, що безпосередньо впливають на ефективність діяльності підприємства у формуванні організаційно-економічного механізму. Також підкреслюються основи ефективного функціонування плодоовочевої галузі та фактори, що мають вирішальний вплив на неї. У цьому розділі пропонується ряд принципів, критеріїв та підходів до вивчення організаційних та економічних механізмів.

У другому розділі – «Особливості функціонування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі» – поглиблений аналіз національного та закордонного досвіду державної підтримки аграрного сектору. Було визначено декілька лідерів на ринку овочів та фруктів України та проаналізовано їх діяльність. Буде проведено економічний аналіз та тенденції в контексті української плодоовочевої галузі. Відображено кілька показників, таких як рослинництво, загальне виробництво овочів, ягід та фруктів, споживання свіжих, консервованих фруктів, ягід та овочів. Поглиблений аналіз ефективності плодоовочевої галузі у Вінницькій області. Плодоовочева промисловість та її вирішальні фактори. У цьому розділі пропонується ряд принципів, критеріїв та підходів для вивчення організаційно-економічного механізму.

У третьому розділі – «Концептуальні положення удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі» – розробляється механізм залучення інвестицій для підприємств, що займаються вирощуванням фруктів та овочів, вдосконалено механізм державного регулювання підприємств плодоовочевої галузі. Автори пропонують шляхи ефективної організації агромаркетингу, забезпечуючи дрібних сільських виробників переробкою фруктів та овочів. Розроблена структурна схема залучення інвестицій, яка вирішить економічні проблеми та соціальний розвиток галузі.

Однак залишаються відкритими і потребують поглибленого розроблення науково-методичні рекомендації із досягнення ефективності механізмів функціонування підприємств як суб'єктів ринку плодоовочевої продукції. Недостатньо досліджені економічні механізми формування та розвитку плодоовочевої галузі в умовах низької платоспроможності попиту на вироблену продукцію, монополізації експортних каналів збуту, інвестиційної непривабливості. Усе це вимагає широкого аналізу теоретичних засад економічної ефективності, систематики та комплексного підходу до наукового розв'язання проблеми вдосконалення механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі, актуалізує тему монографії, обумовило цілі та завдання дослідження.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Концептуальний підхід щодо формування організаційно-економічного механізму функціонування та управління підприємств плодоовочевої галузі

Питання продовольчої безпеки сьогодні досить гостро стоїть перед усіма країнами Європи у т.ч. Україною. Подорожчання продуктів харчування, відсутність якісних товарів на вітчизняному харчовому ринку призводять до того, що споживачі змушені купувати імпортні більш конкурентоспроможні товари. На шляху вступу нашої держави до європейської спільноти це питання набирає особливого значення. Тому розвиток агропромислового комплексу, а саме харчової промисловості, є особливо актуальним. Плодоовочева галузь нерозривно пов'язана із сільським господарством та переробкою. За даними літературних джерел, на розвиток галузі у рамках співпраці з Канадою та Ізраїлем у 2015 р. було отримано 19 мільйонів канадських доларів [78]. Нині спостерігається тенденція щодо зростання цін на ринку плодоовочевої продукції України. Для забезпечення функціонування плодоовочевого комплексу необхідно розробити певний механізм управління, який ґрунтуватиметься на взаємодії ринкових методів ведення бізнесу та державної регуляторної політики. Саме ним і є організаційно-економічний механізм функціонування підприємств плодоовочевої галузі.

Питання загальних механізмів функціонування ринків досліджено у працях таких науковців: А. Маршалла, К. Р. Макконнелла, Д. Ф. Ліста, Г. М. Калетніка, Ф. А. фон Хайєка, І. В. Гончарук, О. Г. Шпикуляка, В. І. Мельник, Ю. В. Міронової тощо. Проблеми функціонування плодоовочевих ринків розглядали такі науковці, як В. І. Артиш, П. І. Гайдучський, В. І. Криворучко, А. С. Лисецький, І. І. Лукінов, Ю. Я. Лузан, Л. О. Мармуль, О. С. Онищенко, П. Т. Саблук, М. П. Сичевський, Л. Г. Чернюк та інші вітчизняні вчені. Питанням розвитку та удосконалення організаційно-економічного механізму діяльності сільськогоспо-

дарських, у тому числі плодово-овочевих підприємств, також присвячені праці вчених-економістів: П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселяка, М. Й. Маліка, С. М. Кваші, В. А. Андрійчука, В. М. Нелепа та інших.

У науковій літературі є велика кількість визначень продовольчої безпеки. Всі з них наголошують про її важливість для кожного громадянина країни. Організаційно-економічний механізм забезпечення продовольством, функціонування продовольчого комплексу, розкриття теоретичних та практичних проблем, все це розкрито у працях науковців: П. Т. Саблука, Г. М. Калетніка, С. М. Кваші, І. О. Кузнецова, І. І. Лукінова, Б. Й. Пасхавера, С. В. Щербини, П. П. Борщевського, В. І. Власова, О. Д. Гудзинського, Б. М. Данилишина та інших.

Однак сьогодні не розроблено дієвого концептуального підходу щодо організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі, який би інтегрував у собі зовнішні чинники впливу та систему управління підприємством. Потребують поглибленого вивчення наукові проблеми теоретичного і практичного спрямування щодо формування, оцінювання та вдосконалення підприємств цієї галузі. Так, досі не розроблена методика розрахунку ефективності господарювання зазначених підприємств, чітко не систематизовані елементи механізму. Недостатньо висвітленими залишаються питання інституційного забезпечення. Саме тому виникає необхідність узагальнення, систематизації та комплексного підходу до проблеми створення механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі.

Найважливішою умовою функціонування будь-якого цивілізованого суспільства є задоволення потреб економічної сфери. У цьому відношенні держава виступає механізмом захисту економічних інтересів своїх суб'єктів через кордони. Економічні потреби членів суспільства накопичуються з урахуванням економічних інтересів держави, що сприяють розвитку країни. Саме суб'єктам господарської діяльності потрібно зосередитись на досягненні цих цілей. Існування як позитивних, так і негативних тенденцій у сільському господарстві та рівень споживання їжі безпосередньо впливають на добробут та рівень життя населення. Економічна безпека держави – це захист національних економічних та соціальних інтересів держави на основі досягнення стабільного державного та економічного розвитку країни з урахуванням соціальних потреб суспільства як на рівні держави, так і на рівні регіонів та окремих громадян.

Економічна безпека як стан економіки – це певний стан національного господарства, який склався під впливом виробничих, технологічних, міжнародних та соціальних факторів, що дозволяє забезпечувати відтворювальний процес. Також економічну безпеку можна трактувати як перманентний процес створення та покращення умов, що забезпечують надійне функціонування економіки [77].

Суттєвий внесок у розробку концепції продовольчої безпеки України та дослідження різних аспектів цієї теми здійснено провідними фахівцями ННЦ «Інституту аграрної економіки». Розглядаючи тлумачення поняття «продовольча безпека» зафіксоване на Всесвітньому Продовольчому Саміті у Римі про те, що продовольча безпека – це коли людина постійно має фізичний, соціальний і економічний доступ до достатніх, безпечних та корисних продуктів, які забезпечують її потреби й харчові переваги для активного і здорового життя.

На думку Саблука П. Т., Білоруса О. Г., Власова В. І., слід доповнити ключовими характеристиками продовольчої безпеки, а саме: доступність, можливість, сталість і використання продовольства, які багато в чому залежать не тільки від зростання виробництва аграрної продукції, а й від торговельної політики, розвитку торговельних зв'язків на ринках аграрної продукції, що можуть змінити ці характеристики до позитивного рівня [41].

У Проекті «Національна доктрина продовольчої безпеки України» визначення продовольчої безпеки представлена як стан економіки, при якому забезпечується продовольча незалежність країни, гарантована фізична, соціальна й економічна доступність для населення достатньої, безпечної та поживної їжі, що відповідає раціону харчування, кулінарним уподобанням в обсягах відповідно до рекомендованих раціональних норм, встановлених в орієнтовному наборі основної продовольчої сировини і харчових продуктів, забезпечення у середньому на душу населення України для ведення активного та здорового способу життя й відповідно до вимог чинного законодавства України [159].

Б. Й. Пасхавер пропонує таке визначення продовольчої безпеки – це «забезпечення доступності й достатності продовольчого споживання всім верствам населення переважно за рахунок вітчизняного агропродовольчого виробництва» [125].

Вирішення проблем продовольчої безпеки за словами Лукінова І. І. здійснюється на трьох рівнях: «людина»; «країна»; «світ». Для першого рівня потрібне забезпечення продовольством для формування

фізично та інтелектуально розвиненої людини, підвищення добробуту і викорінення бідності за реформування соціальної інфраструктури. Другий рівень – загальна продовольча безпека країни, що забезпечує здоров'я нації; економічний розвиток загалом і сільського господарства, зокрема за підвищення ролі національних систем досліджень і впроваджень у сфері харчової промисловості; розвиток сільської місцевості. На третьому – світовому – рівні визначальними критеріями є запаси зерна, передусім продовольчого, які, згідно з вимогами FAO, мають становити не менше як 70 кг на одну особу на 3 місяці; міжнародна продовольча допомога; глобальна система постачання продовольства через систему чесної, недискримінаційної торгівлі; подальший розвиток і посилення міжнародної системи досліджень харчової промисловості у регіонах бідних країн [98].

Поняття продовольчої безпеки є досить багатограним, тому її рівень залежить від багатьох факторів головним з яких є: виробнича продуктивна стійкість агропромислового комплексу, його рівень розвитку і здатність вчасно реагувати кон'юнктуру ринку агропромислової продукції, рівень платоспроможності населення, який би міг забезпечувати доступність продуктів харчування для всіх громадян: рівень дозволеності імпортової експансії продовольчих товарів, які в принципі можуть вироблятися у вітчизняному агропромисловому комплексі; обсяги перехідних запасів продуктів харчування [61].

Продовольча безпека – це стан, коли громадяни країни мають доступ до безпечної їжі за доступними цінами, в достатній кількості задля ведення активного та здорового способу життя. Потреба у продовольчій безпеці держави – це постійний процес. Головною ціллю аграрної та економічної політики країни є продовольча безпека, яка формує вектор руху будь-якої національної продовольчої системи до ідеального стану.

Національна продовольча безпека України – це гарантована здатність держави на принципах самозабезпечення базовими продуктами та їх економічної та фізичної доступності, незалежно від зовнішніх і внутрішніх умов, задовольняти потреби населення продуктами харчування в необхідних обсягах, асортименті і якості на рівні, який забезпечує здоров'я та розвиток кожної людини [70].

Механізм – послідовність станів процесів, які визначають собою які-небудь дії, явища; система, пристрій, який визначає порядок якогось виду діяльності [86].

При формуванні організаційно-економічного механізму та головних його елементів необхідно вирішити такі завдання, як [28, 54, 63, 66, 103, 164, 168]:

- визначити завдання, цілі та принципи механізму управління;
- визначити умови функціонування механізму управління;
- визначити чинники функціонування механізму управління;
- визначити суб'єкти механізму управління;
- сформувати об'єкти управління;
- розробити методи, способи і інструменти управління.

На основі цих цілей ми зможемо сформувати результат, який має бути досягнутий при функціонуванні організаційно-економічного механізму. Такими цілями можуть бути [23, 63, 168]:

- отримання максимального прибутку;
- збільшення частки на ринку;
- підвищення конкурентоспроможності.

Залежно від обраного напрямку відбувається послідовне виконання за ступенем важливості, відповідно до них ставляться ключові завдання у формуванні механізму управління: удосконалення внутрішніх бізнес-процесів на підприємстві; максимально швидке прийняття інновацій.

Методика формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі здійснюється у певній послідовності та включає такі етапи: організаційний, виробничий, контролю та удосконалення.

Побудова такого механізму починається з оцінки передумов існування зазначеного явища, визначення факторів впливу на нього, наявністю інституційного забезпечення.

Умови і чинники, які безпосередньо впливають на ефективність діяльності підприємства мають значний вплив у формуванні та функціонуванні організаційно-економічного механізму. Оскільки чинники, що ляжуть в основу аналізу, виконуватимуть значення базису у формуванні механізму управління ефективністю, то їх акцентування, вимірювання та облік дозволять підвищити якість управління ефективністю підприємства.

При формуванні механізму управління визначимо чинники зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, які найбільше впливають на всю його діяльність, зумовлюють його виробниче господарювання. Такими чинниками є [54, 66]:

- динаміка та тип ринку;
- конкуренція;
- сприйняття продукції споживачем;
- швидкість інновації;
- спроможність купувати товар;
- тип споживання.

Динаміка та тип ринку – це, передусім, показник динаміки обсягу ринку: чим більший ринок та його ріст, тим більш ефективна діяльність підприємства. Але головним завданням для підприємства є постійний моніторинг ринку, здійснення політики асортименту та зміни в продовольтій програмі, оскільки на ринку може скластися така ситуація, при якій зростання ринку не підвищить ефективності діяльності через збільшення обсягів продажу.

Такий чинник, як конкуренція, необхідно розглядати з погляду творення і руйнування. Як правило, ринок має свій фіксований набір конкурентів, у якому відбувається поділ ринку і кожен діє у рамках займаного сегмента. Ця ситуація призводить до поділу витрат між конкурентами на формування споживчої думки, створення асоціацій і захист інтересів у глобальному економічному просторі, що, відповідно, здійснює позитивний вплив на ефективність діяльності підприємства. Однак на ринку неодноразово трапляється руйнівне суперництво – войовнича поведінка конкурентів (ведення цінових воєн, використання адміністративних ресурсів).

Що стосується сприйняття продукції споживачем, цей чинник показує, наскільки популярним є конкретний бренд чи послуга підприємства у споживачів. Виникає необхідність впровадження брендингу у формуванні ефективної роботи підприємства.

Необхідно безперервно вести моніторинг інноваційного оновлення товарних груп на ринку і відповідно до цього приймати управлінські рішення у сфері інновацій, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства. До завдання підприємства входить співвіднесення частоти появи інноваційних товарів на ринку та інноваційний потенціал. Великий інноваційний потенціал підприємства при високій швидкості впровадження на ринку дає можливість суттєвого збільшення виробничої ефективності. З іншого боку, низька інноваційна потреба ринку не вимагає від підприємства інноваційних витрат.

Поняття «економічний потенціал підприємства» трактується як діалектична єдність здатності підприємства самостійно здійснювати економічну діяльність за рахунок власних і залучених джерел і засобів,

з можливостями і умовами їх поповнення та ефективного відтворення. Іншими словами, економічний потенціал – це здатність підприємства ефективно формувати структуровані власні і залучені економічні ресурси з метою (мета – це цільова функція) досягнення економічного зростання і соціального ефекту [233].

Такий чинник, як спроможність купувати товар, є дуже важливим, тому підприємство завжди має швидко реагувати на його зміну. В умовах зменшення купівельної спроможності необхідно звертати увагу на скорочення та оптимізацію витрат. При зростанні цього чинника акцент робиться на забезпеченні зростання продажу товарів та збільшенні частки ринку.

Вивчення та врахування чинника типу споживання уможливорює «налагодження гарних відносин» зі споживачем, що дасть змогу збільшити обсяг продажу товарів та продукції, підвищить ефективність роботи підприємства.

До чинників внутрішнього середовища можна віднести [66]:

- фінансовий стан підприємства;
- технологічний розвиток;
- ступінь сприйняття інновацій;
- накопичений досвід;
- організацію бізнесу;
- кадровий потенціал;
- співвідношення «ціна–цінність».

Основним чинником є фінансовий стан підприємства, який показує ступінь інвестиційної привабливості бізнесу. Хороший фінансовий стан підприємства збільшує ймовірність залучення додаткового капіталу для розвитку підприємства.

Рівень технологічного розвитку дозволяє доцільну побудову виробничих бізнес-процесів, що безпосередньо має вплив на ефективність діяльності підприємства.

Високий ступінь інноваційного сприйняття дає можливість підвищити ефективність виробництва підприємства завдяки ресурсощадним технологіям і раціональній будові процесів виробництва продукції (організаційні інновації).

Чималий досвід підприємства та його історія допомагають у формуванні позитивного іміджу.

Якість організації таких бізнес-процесів, як виробничий, збутовий, логістичний, управлінський, комунікаційний, дають можливість визначити ефективність діяльності компанії.

Потенціал співробітників підприємства, рівень завдань, які можуть бути ними вирішені, визначають конкурентоспроможність підприємства на ринку, його стабільність та здатність розвиватися.

Чинник «ціна–цінність» показує вплив маркетингового потенціалу підприємства на ефективність виробничої діяльності. Ефективність виробництва сприяє зменшенню витрат, а отже – лідерство на ринку за ціною. Добре сприймається ринком товар, що дозволяє формувати високу норму прибутку і фінансувати процеси, спрямовані на підвищення ефективності виробництва.

При формуванні суб'єктів управління ефективністю виділено три групи суб'єктів: власники, топ-менеджмент, персонал підприємства (рис. 1.1.).

При формуванні суб'єктів управління ми враховували різний ступінь впливу на формування механізму управління підприємства.

Методами управління, що дозволяють підвищити ефективність завдяки якісній підготовці управлінських рішень, є [10, 20, 62]:

- організаційний;
- адміністративний;
- соціально-психологічний;
- економічний.

Організаційні методи – це методи управління, що базуються на організаційних законах і на організаційних відносинах між людьми. Це якість бізнес-процесів всередині організації: розподіл функцій, обов'язків, відповідальності, повноважень, установа порядку ділових взаємин.

Адміністративні методи – це способи і форми управління, в основі яких лежить адміністрування, розпорядництво, що опирається на накази, розпорядження.

Соціально-психологічні методи управління – способи впливу на об'єкт управління за допомогою соціально-психологічних факторів, що спрямовані на управління соціально-психологічними відносинами у колективі.

Економічні методи управління – це система прийомів і способів впливу на виконавців за допомогою конкретного порівняння витрат і результатів (матеріальне стимулювання і санкції, фінансування і кредитування, зарплата, собівартість, прибуток, ціна).

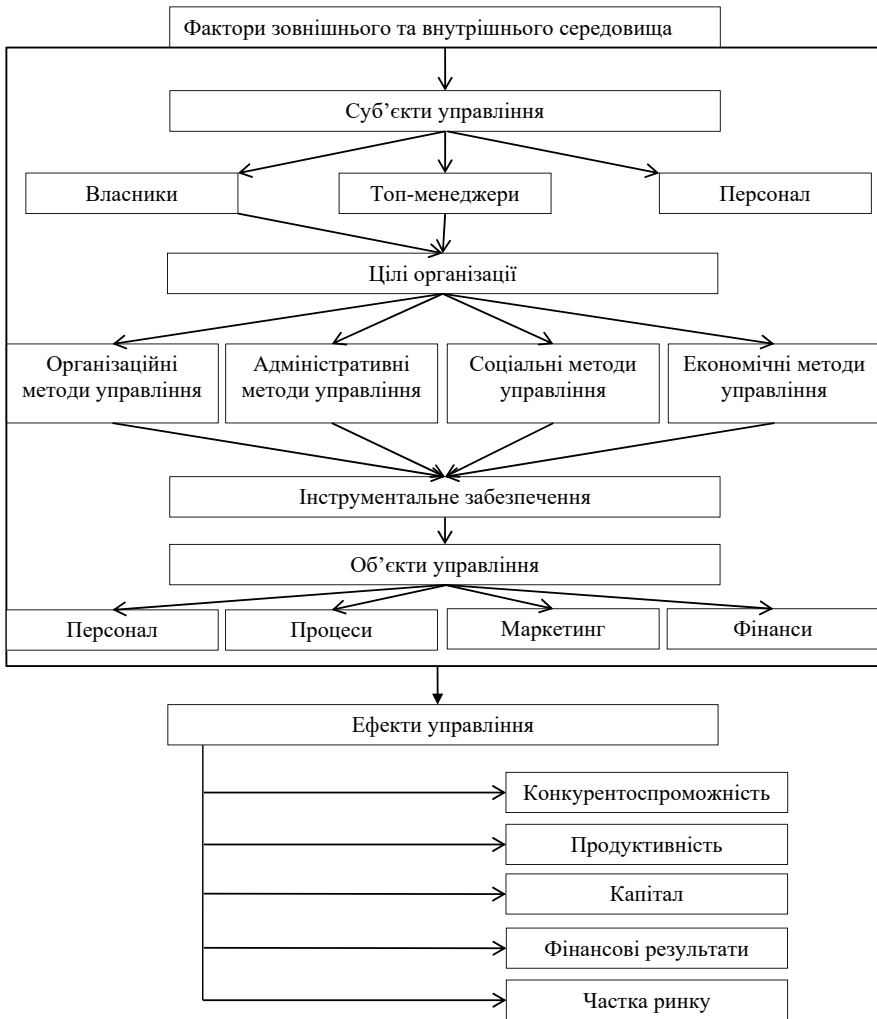


Рис. 1.1. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємства

Джерело: власна розробка авторів

Інструментальне забезпечення – це комплекс інструментів і правил та їх застосування для формування управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства. Інструментальне забезпечення ми розглядаємо як модель управління

ефективністю із включенням до неї обліку стратегічних аспектів, технологію визначення мети.

Наступним етапом є аналіз системи управління та визначення інструментарію, необхідного для функціонування цього явища (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Організаційно-економічний механізм функціонування підприємств плодово-овочевої галузі

Джерело: власна розробка авторів

Виробничий етап передбачає виконання тактичних і операційних дій та завдань: виявлення точок зростання виробництва продукції і вибір пріоритетних напрямів розвитку виробництва.

На етапі контролю здійснюється діагностика господарської діяльності суб'єкта господарювання. Метою її проведення є визначення результату функціонування організаційно-економічного механізму, виявлення слабких місць і недоліків у його структурі та функціональних зв'язків між елементами. За отриманими результатами можна визначити ступінь недосконалості механізму, виявити його причини та окреслити можливі напрями поліпшення.

Етап удосконалення включає розробку програми підвищення ефективності організаційно-економічного механізму та впровадження програми вдосконалення організаційно-економічного механізму.

До складу системи забезпечення організаційно-економічного механізму входять підсистеми правового, ресурсного, нормативно-методичного, наукового, технічного, інформаційного забезпечення управління підприємством [10, 32, 42].

Організаційно-економічний механізм управління підприємством включає такі основні функціональні підсистеми: планування, організації, мотивації, контролю та регулювання.

Лише держава в особі її органів влади може [42, с. 19]:

- здійснювати економічну і соціальну політику з метою забезпечення інтересів усіх верств населення;
- пом'якшувати стихійні процеси ринкової саморегуляції з метою запобігання хаосу в економіці;
- стимулювати ринкову економіку, забезпечувати ефективність її функціонування з одночасним обмеженням і попередженням негативних наслідків економічної влади власників, особливо монополістів;
- гарантувати захист національних інтересів і внутрішнього ринку від зовнішньої економічної та політичної експансії.

Державне регулювання плодово-овочевої галузі може відбуватися у двох основних формах: пряме та опосередковане.

Пряме регулювання здійснюється шляхом поширення державної власності (на засоби виробництва, частину національного доходу, фінансово-кредитні інститути та ін.), управління державними підприємствами, а також за допомогою законотворчої та адміністративної діяльності.

Опосередковане регулювання здійснюється шляхом планування, прогнозування, фінансування, бюджетного регулювання, системи оподаткування, кредитування, грошової політики, політики прискореної амортизації, цінової, промислової, інвестиційної політики, обліку і контролю тощо [96, с. 28].

Функція планування держави реалізується в розробках стратегій розвитку регіонів, сільського господарства та агропромислового комплексу загалом.

Державне прогнозування передбачає розрахунок розмірів показників розвитку галузі на перспективу. Це може бути відображено у річних планах та програмах регіонального розвитку.

Фінансування може бути представлене низкою пільгових програм для учасників ринку плодово-овочевої галузі. Серед таких виділимо [69, 143, 204]:

- запровадження мінімальної (нульової) ставки податку на додану вартість;
- загальнодержавні програми розвитку: державна підтримка розвитку плодово-овочевих виробництв, підтримка виробництва продукції рослинництва, перепідготовка та підвищення кваліфікації робітничих кадрів, фінансова підтримка сільськогосподарських підприємств через механізм здешевлення кредитів, часткова компенсація вартості техніки вітчизняного виробництва в сільському господарстві;
- фінансування у розрізі регіональних програм розвитку: регіонального фінансового лізингу, овочівництва та переробної галузі, особистих селянських та фермерських господарств області, стратегія регіонального розвитку, програми економічного та соціального розвитку областей.

Бюджетне регулювання передбачає виділення певної суми коштів у вигляді бюджетних трансфертів.

Бюджетний кодекс визначає міжбюджетні трансферти як кошти, що безоплатно й безповоротно передаються з одного бюджету в інший. Чинним законодавством передбачено використання таких видів міжбюджетних трансфертів: дотації вирівнювання, субвенції, кошти, що передаються з одного бюджету в інший, різні дотації [33].

На нашу думку, головним завданням державної інвестиційної політики плодово-овочевої галузі є створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення інвесторів.

Цінова політика виявляється у встановленні фіксованих цін на ринку плодово-овочевої продукції, контролі за їх дотриманням.

Правове регулювання полягає у законодавчому забезпеченні розвитку ринку плодово-овочевої продукції.

Ще однією важливою функцією держави є контроль за дотриманням антимонопольного законодавства.

У напрямі зовнішньоекономічної діяльності важливе місце посідає виважена протекціоністська політика галузі.

Невід’ємною складовою механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі є цільова система, яка поєднує у собі визначення тактичних, стратегічних та оперативних цілей [206, с. 83].

Серед стратегічних виділимо [28, 166, 218]:

- забезпечення продовольчої безпеки;
- залучення іноземних інвестицій;
- підвищення рівня життя населення;
- розширення ринкової позиції та підвищення ступеня задоволеності клієнтів.

Тактичні цілі відображають окремі етапи досягнення стратегічних цілей. Вони включають [166, 214]:

- зростання конкурентоспроможності виготовлення товарів;
- поліпшення якості продукції;
- використання сучасних досягнень науково-технічного процесу;
- вирощування органічної сировини;
- створення безвідходних технологій;
- залучення інвестиційних ресурсів.

Серед оперативних цілей визначимо [28, 214]:

- формування конкурентоспроможних структур;
- налагодження інформаційних потоків;
- підвищення ефективності виробництва;
- одержання стабільно зростаючого прибутку;
- зростання рівня інновацій;
- ефективніше використання наявних потужностей;
- розподіл витрат і ризиків між учасниками продуктового ланцюга;
- забезпечення належних умов реалізації трудового потенціалу;
- підвищення рівня зайнятості населення.

Система забезпечення підприємств плодово-овочевої галузі поєднує ресурсне, наукове, інформаційне, технічне управління процесом виробництва [220].

Серед функціональних підсистем виділяють: планування, організацію, мотивацію, облік, контроль та управління.

Планування представлено формуванням виробничої програми, складанням кошторису витрат.

Організація передбачає розподіл завдань між учасниками виробництва.

Облік та контроль містить первинний, поточний та підсумковий обліки та контроль за обігом фінансів.

Підсистема мотивації передбачає створення сприятливих умов праці робітників та всебічне стимулювання їхньої діяльності.

Головною функцією управління виробництвом є підбиття підсумків виробничого процесу, оцінка витрат та доходів.

Основними причинами розвитку плодово-овочевого виробництва на рівні регіону та держави загалом є [120]:

- зростання рівня продовольчої безпеки;
- необхідність зменшення втрат сільськогосподарської продукції;
- забезпечення ринку несезонною продукцією;
- збільшення попиту на вітчизняні товари;
- підвищення рівня конкурентоспроможності продукції.

Для виробників передумовами, які стимулюють розвиток плодово-овочевого виробництва, є [164]:

- забезпеченість сировинними ресурсами; неповне використання виробничих ресурсних можливостей галузі;
- невисока енергетична і висока фізіологічна цінність плодово-овочевої продукції;
- скорочення витрат та часу у виробничому ланцюгу;
- безперервний процес виготовлення продукції;
- усунення проблеми сезонності виробництва продукції у сільському господарстві;
- недостатня кількість підприємств, які займаються повним процесом виготовлення продуктів харчування на плодово-овочевій основі від вирощування сировини до розфасування переробленої продукції у відповідну тару;
- наявність відтворюваних процесів;
- існування попиту на продукцію.

Фактори впливу на розвиток підприємств плодово-овочевої галузі можуть бути екзогенними та ендогенними [218].

Серед екзогенних виділяють: політичні, загальноекономічні, демографічні, інфляційні, валютні, екологічні, збутові, кон'юнктурні, конкурентні тощо [218].

На нашу думку, найбільш вагомі:

- недореформованість земельного ринку;

- галузеві диспропорції виробництва в бік односторонньої орієнтації сільського господарства;
- відсутність ринкових механізмів впливу на зміну спеціалізації виробника; споживчі запити населення;
- наявність ринків для збуту продукції.

До внутрішніх чинників впливу на функціонування підприємств плодово-овочевої галузі належать [97]:

- сировинна та матеріально-технічна бази;
- рівень інноваційності суб'єктів господарювання;
- розвиток центрів відповідальності;
- ресурсна забезпеченість;
- наявність системи логістичних зв'язків.

Взаємозв'язок усіх складових організаційно-економічного механізму розкривається у виробничому процесі. Він включає у себе поєднання стратегії розвитку підприємства плодово-овочевої галузі, методики формування організаційно-економічного механізму, вибір організаційно-правової форми суб'єкта господарювання. За допомогою інструментарію функціонування підприємств плодово-овочевої галузі реалізується виробничий процес.

Інструментарій формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі поділяється на методологічний, методичний та організаційний.

Методологічний містить у собі принципи, методи, функції та теоретичні підходи до оцінки доцільності розвитку та функціонування підприємств плодово-овочевої галузі.

Методичний інструментарій містить механізм узгодження стратегічних цілей функціонування підприємств плодово-овочевої галузі зі структурними і функціональними факторами, методики оцінки ефективності процесу виробництва підприємств плодово-овочевої галузі.

Організаційний інструментарій об'єднує процес моделювання оптимізаційної структури виробництва, організаційно-правової форми співробітництва та організаційно-структурне забезпечення розвитку підприємств плодово-овочевої галузі.

1.2. Сутність, критерії та методологічні підходи до формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі

Реформування агропромислового комплексу внесло значні зміни в економічні умови функціонування підприємств плодово-овочевої галузі, що призвело до принципово нових відносин між виробниками і споживачами продукції, зниження рівня споживання населенням плодів, ягід та овочів.

За роки політичних та організаційно-економічних перебудов у плідівництві та овочівництві відбулися значні негативні процеси, які призвели до збитковості та банкрутства значної частини підприємств, залежності країни від імпорту плодово-овочевої продукції часто низької якості.

Своєрідність та складність сучасної аграрної реформи викликані відсутністю обґрунтованих варіантів розв'язання проблем сталого розвитку плодово-овочевої галузі та формуванням ефективного її механізму.

У зв'язку з цим є необхідність виявити сутність, критерії та методологічні підходи до механізму функціонування плодово-овочевої галузі.

Особливістю ринкової економіки є те, що жоден із механізмів не є домінантним, але, незважаючи на це, багато науковців внесли вагомий внесок у висвітлення поняття «механізм», це О. С. Онищенко [119], І. І. Лукінов [97] та інші.

На думку академіка І. І. Лукінова, економічний механізм є досить складною сукупністю регуляторів, за допомогою яких реалізуються складові загальнодержавної та ринкової політики – монетарної, валютної, цінової, фінансової, банківсько-кредитної, платіжної, податкової, митної, страхової тощо [97].

А. Д. Діброва вважає, що механізм є цілісною діалектичною сукупністю взаємопов'язаних, взаємозумовлених і цілеспрямованих принципів, функцій, методів, форм та інструментів державного регулювання економіки, спрямованої на узгодження інтересів економічних суб'єктів держави [53].

У роботах науковців висловлюється думка, що головним елементом, який може впливати на ефективність діяльності господарського механізму будь-якої галузі, є економічний механізм.

На думку Г. Я. Ільницької, економічний механізм є основною частиною господарського механізму підприємства, що включає економічні методи, способи, форми та інструменти впливу на економічні відносини і процеси [69].

Й. С. Завадський вважає, що економічний механізм – це складовий елемент господарського механізму, що включає економічні стимули (державні економічні стимули виробництва й матеріальні стимули праці) та важелі (планування, госпрозрахунок, фінансування, умови реалізації продукції, виробничо-технічне обслуговування, умови господарювання, різні ліміти, собівартість продукції, рентабельність виробництва тощо [63].

Все частіше в економічній літературі вживається поняття, як організаційно-економічний механізм, якому приділили увагу наступні вчені: О. В. Захарчук, Л. Ю. Мельник, В. Г. Пасхавер, В. Г. Андрійчук, П. Т. Саблук та багато інших.

На думку А. А. Мельничука, організаційно-економічний механізм ринку плодоовочевої продукції сукупність організаційних та економічних важелів, які формують і регулюють порядок здійснення діяльності суб'єктів господарювання, а також сприяють забезпеченню збалансованих відносин між ними [103].

Ми пропонуємо розглядати організаційно-економічний механізм функціонування плодово-овочевої галузі як систему умов, чинників, суб'єктів та об'єктів управління, що розкриваються у виробничому процесі за допомогою специфічного інструментарію на методологічному, методичному та організаційному рівнях і забезпечують удосконалення діяльності підприємств.

У плодово-овочевій галузі, як і загалом у національному господарстві, відбулися глибокі соціально-економічні та технологічні перетворення. Склався новий механізм функціонування виробництва, при якому зростає значення ринкових відносин.

Вивчення процесів, що відбуваються, визначення реальних тенденцій розвитку цієї галузі зумовлюють необхідність розширення і поглиблення методологічних підходів оцінки ефективності. Зросла важливість усунення однобічності в оцінці вибору найбільш раціональних рішень.

На нашу думку, економічну ефективність стійкості розвитку плодово-овочевої галузі варто розглядати з позицій зростання

обсягу виробництва, подолання коливань у виробництві продукції, в необхідному асортименті.

Для вивчення економічної ефективності роботи підприємств плодово-овочевої галузі виникає необхідність вибору певних критеріїв.

Критерій – це якісна оцінка ефективності, що відображає саму її суть. Він повинен відповідати принаймні двом методичним вимогам: об'єктивно відображати співвідношення реального ефекту виробництва і наявних економічних ресурсів («випуск – ресурси») та мати якісну однорідність і кількісну порівняльність на всіх стадіях відтворювального процесу [1]. Малі форми господарювання у сільській місцевості мають, як правило, подвійну природу (мету): по-перше, результат (ефект) господарювання призначається для задоволення власних потреб і, по-друге, – як товарна частина, реалізується на ринку. У другому випадку малі форми господарювання – це підприємницькі структури, орієнтовані на успіху є прибуток. «Саме прибуток, – писав Пол. Е. Самуельсон, – виконує роль батога і пряника, якраз і управляє ринковим механізмом, ринкова система виконує прибуток і збитки для того, щоб стимулювати підприємство ефективно виробляти необхідні блага» [1].

Узагальнюючи інформацію з літературних джерел, можна виділити дві основні вимоги щодо критерію:

- відображати відмінність між реальним ефектом виробництва та наявними економічними ресурсами;
- мати якісну суцільність та кількісну відповідність на всіх етапах відтворювального процесу.

Тривалий час критерієм ефективності менеджменту був прибуток підприємства, заснований на «готівковому» бізнесі, але часи змінюються. Багаторічний західний і вже напрацьований вітчизняний досвід довели, що компанії, зосереджені на прибутку за поточний рік чи на забезпеченні рентабельності, страждають на «короткозорість». Якщо критерієм ефективності управлінської діяльності є прибуток підприємства – це впливає на політику прийняття рішень, а оскільки рішення знаходять висвітлення в грошовому потоці, то всі управлінські рішення впливають на зміни припливів і відтоків коштів підприємства [191].

Для того, щоб вартість підприємства була інструментом реального підйому ефективності бізнесу, потрібно починати нею управляти: виявити фактори створення цього конкурентного підприємства, розробити реальний план управління, що дає баланс довгострокових і

короткострокових цілей та пріоритетів, запровадити вартісні елементи управління на всіх рівнях компанії [221].

Управління припускає регулярне здійснення цілеспрямованих впливів, що забезпечують досягнення максимальних результатів за мінімальних витрат ресурсів. Основним критерієм результативності управління є рівень ефективності роботи підприємства. У ньому відображаються результати фінансування як об'єкта (підприємства), так і суб'єкта управління (системи), економічності процесу управління. Тому ефективність усе більше стає мірилом як виробництва, так і методів управління ним. Результат роботи підприємства невіддільний від діяльності й організації керівної системи, яка впливає на ефективне функціонування підприємства.

Економічна ефективність системи управління підприємством характеризується результатами його основної діяльності й визначається їхнім зіставленням із витратами на здійснення управлінських функцій. Забезпечуючи поліпшення управлінської діяльності при скороченні витрат на неї, можна досягти економічної ефективності системи менеджменту підприємством. Результативність діяльності підприємства виражається одним із узагальнюючих показників – прибутком чи собівартістю продукції [191].

Ефективність є результативністю господарювання. Економічний ефект є абсолютним показником, що характеризує результат діяльності у грошовій оцінці. Відповідно, економічна ефективність є відносним показником, що дає змогу порівняти одержаний ефект з витратами, які необхідно здійснити для одержання запланованого ефекту [169].

Під ефективністю розуміють [50]:

- оцінювання певного результату;
- відповідність одержаного результату (процесу) запланованому;
- числова характеристика задовільності функціонування;
- імовірність виконання певних цілей.

З метою підвищення ефективності функціонування аграрного сектору на регіональному рівні вітчизняні дослідники пропонують [120]:

- штучне формування ринкової інфраструктури адміністративними методами та за бюджетні кошти. Причому, доцільність окремих інфраструктурних елементів, що пропонують створювати (наприклад, регіонального оптового ринку), оцінюється лише з погляду його впливу на активізацію торгівлі в

конкретній адміністративній області, однак питання необхідності потужного концентратора товарних потоків саме у цій точці України не розглядається;

- створення регіональних інформаційних систем (теж під керівництвом державних органів);
- розробку концепцій регіональної політики розвитку плодово-овочевої галузі.

На нашу думку, економічну ефективність стійкості плодово-овочевої галузі варто розглядати, з одного боку, як порядок чинників, що впливають на її розвиток, з іншого – отримання результату на основі раціонального застосовування виробничого потенціалу і з третього – мінімізацію витрат на запобігання негативного впливу на навколишнє середовище.

При оцінці ефективності важливо, щоб вибір системи показників об'єктивно характеризував стан економічної та господарської діяльності підприємства. При її оцінці повинно йтися про раціональне використання виробничих ресурсів та забезпечення населення продуктами харчування в потрібному асортименті і високій якості.

У зв'язку з цим при тривалій нестабільній економіці, інфляції, при визначенні ефективності потрібно використовувати порівняльні ціни, а також натуральні показники.

Для кількісної оцінки ефективності формування економіко-організаційного механізму забезпечення овочепереробних підприємств застосовуються дві підсистеми: показників цільової ефективності і показників ресурсної ефективності (рис. 1.3.).

Показники задоволення потреб суб'єктів плодово-овочевої галузі належать до першої підсистеми, а саме: виробники овочевої сировини, плодово- та овочепереробні підприємства, держава, інвестори, а також споживачі овочевої продукції. До підсистеми ресурсної ефективності належать показники співвідношення між величиною отриманих результатів і масою застосованих ресурсів, тобто показники продуктивності.

Основною оцінкою ефективності функціонування організаційно-економічного механізму автором запропоновано:

- збільшення обсягів виробництва плодово-овочевої продукції з постійним поліпшенням її якісних характеристик;
- збільшення отриманого прибутку і рентабельності;
- посилення конкурентоспроможності вітчизняної плодово-овочевої продукції на ринку.



Рис. 1.3. Система показників ефективності економіко-організаційного механізму підприємств плодово-овочевої галузі
Джерело: розроблено автором

Критерій економічної ефективності відображається наступною формулою [175]:

$$e=(E \rightarrow \max)/(B \rightarrow \min), (1.1)$$

де e – критерій економічної ефективності; E – економічний результат; B – витрати на досягнення економічного результату.

В економічній науці і практиці ефективність виробництва плодово-овочевої продукції прийнято виділяти на державному, регіональному, районному та господарському рівнях. На державному рівні використовуються в основному оцінки народногосподарської ефективності обліку: виробництва валового внутрішнього продукту; рівня рентабельності; продуктивності праці; маси прибутку; кількості прибуткових і збиткових підприємств.

Ми вважаємо, що на рівні підприємства (на регіональному та районному рівнях) потрібно застосовувати більш повну систему показників із урахуванням формування кооперативних та інтеграційних

процесів, що дозволяють більш глибоко і всебічно розкрити динаміку, фактори і рівень ефективності виробництва та реалізації виробленої продукції, її якості.

Для більш комплексної оцінки можна виокремити чотири основні групи визначення ефективності:

- технологічну;
- економічну;
- організаційну;
- соціальну.

При цьому система показників оцінки має відповідати таким основним вимогам:

- установа щільного взаємозв'язку окремих даних, їх спроможність до порівняння і динаміка різних рівнів;
- визначення показників оцінки з урахуванням періоду часу;
- комплексна науково обґрунтована оцінка використання виробничих і трудових ресурсів, інвестицій, основних і оборотних фондів, що впливають на стійкість функціонування підприємств;
- забезпечення єдності між окремими показниками і групами показників.

Від відтворення, підтримання та розвитку інфраструктурних умов залежить функціонування галузевого плодоовочевого ринку та забезпечення стійких перспектив плодоовочевої безпеки та підвищення доходів товаровиробників.

Необхідно враховувати наслідки економічних трансформацій в країні, зовнішні умови впливу на плодоовочеву галузь і сферу переробки її продукції: співвідношення цін на плодово-овочеву продукцію та продукти її переробки; рівень інфляції; форми приватизації та роздержавлення; організаційно-правові форми господарювання; нестійкість виробничо-економічних зв'язків, нерозвиненість інфраструктури ринку; спад попиту населення на плодово-овочеву продукцію; погіршення демографічної ситуації.

Проблемою реалізації плодово-овочевої продукції є межі каналів збуту або перешкоди входження до них, що значною мірою зменшує оптимальність перерозподілу вартості плодово-овочевої продукції між організаторами ланцюга товароруку.

В основу методології та методики оцінки потрібно закладати аналіз системи чинників: оцінку зовнішнього і внутрішнього впливу

на формування плодово-овочевого ринку і продовольчу безпеку; аналіз складових елементів виробничого потенціалу; можливе моделювання формування плодовоовочевого ринку з урахуванням структуризації факторів, розробку варіантів оптимізації елементів виробництва і споживання; регулювання економічних відносин.

Методологія у перекладі з грецької означає: μέθοδος – шлях дослідження, спосіб пізнання, λόγος – наука, слово, вчення. У літературних джерелах розглядають «методологію» як вчення про методи пізнання і перетворення дійсності, а також сукупність прийомів дослідження, що їх застосовують у будь-якій науці [29].

Методологічні основи дослідження організаційно-економічного механізму включають принципи, критерії, методи, підходи. Фактори і особливості його формування, дотримання котрих при визначенні перспективних напрямків його подальшого розвитку дозволять досягти бажаного результату (рис. 1.4.).

Дослідженням методологічних аспектів розвитку плодовоовочевої галузі займалися такі науковці, як О. В. Рибаківа, В. О. Шлапак, В. О. Барабаш, О. Ю. Єрмаков та інші.

При методологічному підході оцінки стійкості розвитку плодово-овочевої галузі автор виходить із того, що кожне економічне явище, кожен процес частіше визначається не одним, відособленим, а цілим комплексом взаємопов'язаних показників. У зв'язку з цим усі показники, залежно від об'єкта аналізу, ми згрупували в такі основні блоки: організаційно-економічного рівня; матеріально-технічного забезпечення; виробництва і збуту; використання засобів виробництва і предметів праці; собівартості; прибутку і рентабельності; фінансового стану.

Відповідно до методології визначення основних показників продовольчої безпеки встановлено наступні індикатори та критерії показників продовольчої безпеки [64].

1) добову енергетичну цінність раціону людини, що визначається як сума добутків одиниці маси окремих видів продуктів, які споживаються людиною протягом доби, та їх енергетичної цінності. Граничний критерій встановлений у 2500 ккал на добу, при цьому 55% добового раціону повинно забезпечуватися за рахунок споживання продуктів тваринного походження;

2) забезпечення раціону людини основними видами продуктів, що визначається як співвідношення між фактичним споживанням окремого продукту та його раціональною нормою;



Рис. 1.4. Методологічні основи дослідження організаційно-економічного механізму

Джерело: розроблено автором на основі даних [73]

3) достатність запасів зерна у державних ресурсах, що визначається як співвідношення між обсягами продовольчого зерна у державному резерві та обсягами внутрішнього споживання населенням хліба і хлібопродуктів у перерахунку на зерно. Граничним критерієм для зазначеного показника вважається його 17% рівень, що відповідає 60 дням споживання;

4) економічну доступність продуктів, що визначається як частка сукупних витрат на харчування у загальному підсумку сукупних витрат домогосподарств. Граничним критерієм для зазначеного показника вважається його 60% рівень;

5) диференціацію вартості харчування за соціальними групами, що відстежується в динаміці та розраховується як співвідношення між вартістю харчування 20% домогосподарств з найбільшими доходами та вартістю харчування 20% домогосподарств з найменшими доходами;

6) ємність внутрішнього ринку окремих продуктів, що відстежується в динаміці та визначається у натуральному виразі як добуток споживання певного продукту та середньорічної чисельності населення;

7) продовольчу незалежність за окремим продуктом, що визначається як співвідношення між обсягом імпорту окремого продукту у натуральному виразі та ємністю його внутрішнього ринку. Граничним критерієм для зазначеного показника вважається його 30% рівень.

Варто зазначити, що, крім зусиль самого плодоовочевого виробництва щодо підвищення конкурентоспроможності та ефективності, необхідне вдосконалення державної підтримки.

Ми вважаємо, що доцільним є створення тактичних та стратегічних цілей виробництв плодово-овочевої продукції та посередницьких підприємств за допомогою використання певних принципів для побудови єдиного сталого ланцюга.

Загалом реалізація запропонованих напрямків розвитку організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі, в сучасних умовах, має сприяти структурній перебудові виробництва, забезпечити мотивацію високопродуктивної праці і підвищити конкурентоздатність.

Забезпечення державної підтримки, формування ефективних господарських зв'язків є важливими елементами розвитку підприємств, які задіяні в транспортуванні, зберіганні, переробці, виробництві та реалізації плодово-овочевої продукції.

Методологічні підходи, критерії оцінки ефективності щодо формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств дають змогу більш детально розкрити проблему вдосконалення організаційно-економічного механізму. Загалом реалізація запропонованих напрямків розвитку механізму функціонування підприємств повинна сприяти структурній перебудові підприємства, забезпечити мотивацію високопродуктивної праці і підвищити конкурентоздатність. Проведені дослідження надають можливість вирішити подальші завдання щодо формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі.

1.3. Складові елементи організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі

Нині функціонування підприємств плодово-овочевої галузі базується на системі управління, яка переважно була сформована ще за радянських часів. В умовах перетворення економічних відносин та правових основ діяльності суб'єктів господарювання, загострення конкуренції на зовнішньому і внутрішньому ринках, швидких змін у прагненні споживачів виникає необхідність формування дієвого механізму, який дозволить, із одного боку, подолати кризові процеси в роботі суб'єкта господарювання, а з іншого – стати базою для подальшого ефективного розвитку та зросту конкурентоспроможності. Однак у підприємств плодово-овочевої галузі не відпрацьовані або взагалі відсутні засоби, інструменти та методи реалізації процесів створення організаційно-економічного механізму підприємств плодово-овочевої галузі.

Значний внесок у розробку організаційних структур управління підприємствами, зокрема організаційного механізму, внесли такі вчені, як: І. Ансофф, Л. Базилевич, В. Бобровник, О. Бойко, Т. Бернс, М. Войнаренко, М. Дороніна, О. Кузьмін, В. Кукоба, М. Мартиненко, Д. Міллер, В. Нижник, В. Пономаренко, Ф. Тейлор, А. Томпсон, О. Тридід, Р. Фатхутдінов, Є. Федоров, Ф. Хміль, А. Чандлер, Л. Чорна, А. Шегда, З. Шершньова. Дослідженням теоретичних питань щодо наукового обґрунтування сутності і структури організаційно-економічного механізму управління підприємством займалися Ю. Путятін, О. Пушкар, О. Тридід, З. Арабянц, В. Удодов, В. Пономаренко, Е. Ястремська, В. Луцковський та інші. Проблеми функціонування плодово-овочевої галузі досліджували такі науковці, як В. Артиш, Г. Атамась, О. Березіна, Р. Близький, Л. Дейнеко, В. Криворучко, А. Лисецький, І. Лукінов, Ю. Лузан, Л. Мармуль, О. Онищенко, П. Саблук, А. Сакун, Л. Чернюк та інші вітчизняні вчені. Питанням розвитку та удосконалення організаційно-економічного механізму діяльності сільськогосподарських, у тому числі плодово-овочевих підприємств, також присвячені праці вчених-економістів: К. Мазур, Р. Логоша, П. Саблука, Л. Дончак, В. Месель-Веселяка, М. Маліка, С. Кваші, В. Андрійчука, В. Нелепи, І. Яснолоб та інших. Незважаючи на велику кількість досліджень, сьогодні потребує поглибленого вивчення питання виявлення елементів економічного та організаційного механізмів як окремих складових господарського механізму.

Немає єдиного підходу у науковій літературі до тлумачення організаційно-економічного механізму. Це свідчить про недостатню вивченість цього питання. Серед сучасних вчених-економістів неодностайною є думка щодо розмежування категорій «господарський механізм» та «організаційно-економічний механізм».

У наукових працях вчених наводиться думка, що центральним елементом, який впливає на ефективність діяльності господарського механізму, є економічний механізм.

М. І. Круглов вважає, що господарський механізм є основним, а його функціональну структуру складають механізми нижчого порядку: економічний, організаційний та соціально-політичний [87].

Т. Л. Мостенська під економічним механізмом розуміє механізм реалізації економічної політики держави, який за допомогою використання державних важелів регулювання спрямовує дію ринкових законів у необхідному для держави напрямку, або механізм впливу державного регулювання на дії ринкових законів із метою досягнення поставлених цілей [111].

Організаційний механізм, за визначенням Ф. В. Зінов'єва, є сукупністю організаційно-технологічних засобів ведення господарства, які спираються на його потенціал із використанням ринкових принципів господарювання (самостійність, договірні відносини, комерційний інтерес, правове обслуговування діяльності тощо) [66].

Л. Г. Дончак до внутрішнього економічного механізму відносить нормування, ціноутворення, планування, облік та контроль, підбиття підсумків діяльності, стимулювання та матеріальну відповідальність [57, с. 15].

Отже, організаційний механізм – це система заходів стосовно організації та координації діяльності суб'єктів ринку та встановлення між ними інтеграційних зв'язків. Економічний механізм включає елементи державного впливу на результативність функціонування господарчих суб'єктів ринку, основними з яких є ціноутворення, фінансово-кредитний механізм, податковий механізм, страхування сільськогосподарських ризиків, інвестиційне забезпечення, забезпечення прозорості ринку, захист конкурентного середовища.

В умовах становлення ринкової економіки в економічній літературі все частіше вживається поняття «організаційно-економічний механізм», що застосовується, як правило, для окреслення організаційних елементів економічного механізму [103].

Існують різні підходи до формування організаційно-економічного механізму. Один із них розглядає організаційно-економічний механізм як дві окремі підсистеми в структурі господарського механізму.

Організаційно-економічний механізм залежно від середовища його формування доцільно розглядати на трьох рівнях: макро-, мезо- та мікро [23].

За словами Р. С. Близького, формується загальнодержавний ринок овочевої продукції. Особливістю організаційно-економічного механізму такого рівня є активний вплив держави за допомогою наступних інструментів регулювання економічних відносин [23]:

- розробка та реалізація державної аграрної політики, спрямованої на створення умов для ефективної діяльності господарюючих суб'єктів на ринку продукції овочівництва;
- створення відповідної законодавчої бази для регулювання господарської діяльності суб'єктів ринку, налагодження механізму взаємозв'язків між ними та забезпечення прозорих ринкових відносин.

Законодавче регулювання ринку овочевої продукції проводиться через акти загальної дії, які визначають діяльність сільського господарства та спеціальних дій, які регламентують діяльність на овочевому ринку. Важливими нормативними документами є Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України» № 1877-15 в редакції від 15.08.2018 [136], Наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України № 344 від 08.07.97 «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі картоплею та плодовоовочевою продукцією» в редакції від 06.07.2018 р. [142], а також Проект Закону України «Про основні засади державної аграрної політики та державної політики сільського розвитку» № 9162 від 04.10.2018 р.

Система збору і обробки інформації про стан ринку, обсяги реалізації продукції та ціни в Україні не відповідає запитам товаровиробників і зацікавлених споживачів, а спрямована головним чином на забезпечення цією інформацією державних органів. Одним зі шляхів вирішення цих питань є створення різних дорадчих органів. На думку О. М. Бородіної, система дорадництва спрямована на спонукання виробника до прийняття та самостійної реалізації економічно обґрунтованих рішень, підвищення рівня знань та набуття практичних навичок шляхом активних методів навчання; забезпечення суб'єктів господарювання найновішою інтегрованою інформацією з різних сфер буття,

індивідуальними практичними консультаціями, демонстраційними показами, порадами тощо [29];

- формування політики державної підтримки виробників плодово-овочевої продукції;
- формування цінової політики, метою якої є державне регулювання цін та встановлення її в межах, які задовольняли б інтереси як виробників, так і споживачів;
- удосконалення фінансово-кредитного механізму для стимулювання виробництва продукції шляхом кредитного забезпечення (з метою модернізації, оновлення технічного обладнання, закупівлі нових сортів та гібридів плодово-овочевих культур тощо) та пільгового режиму оподаткування товаровиробників;
- забезпечення оптимальних умов для формування прозорого ринкового середовища.

За даними фахівця з розвитку бізнес-проектів «Розвиток овочівництва на півдні України» Міжнародної фінансової корпорації Федора Рибалки, ринок овочів в Україні перебуває в тіні: «Все, що стосується поставок у супермаркети, звичайно, це легальні постачання, а решта – в тіні, а це – близько 85%» [103].

Організаційний механізм передбачає регламентацію виконання функцій управління, що сприяє формуванню потенціалу підприємства.

Формування стратегічного потенціалу передбачає формування сукупності ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних) та їхніх неповторних комбінацій; пошук і реалізацію можливостей розвитку, в першу чергу ринкових; створення унікальних, особливих компетенцій підприємства та його персоналу [130].

Організаційний механізм управління формуванням стратегічного потенціалу підприємства – це сукупність форм, структур, методів і засобів управління, об'єднаних спільністю цілей, завдань, функцій на основі обраних і перевірених практикою принципів управління.

Для організаційного механізму характерна наявність організаційної структури як сукупності взаємозалежних управлінських підрозділів, з одного боку, і взаємозв'язку елементів управлінського процесу – з іншого. До найважливіших елементів організаційного механізму управління належать цілі, принципи, функції, методи управління, кадри, техніка, технології, інформація і структури управління організаціями.

Організаційний механізм передбачає регламентацію виконання функцій управління. Формування стратегічного потенціалу підприємства реалізується в циклі функцій управління цим процесом. Планування передбачає вибір напрямку розвитку підприємства, визначення складу, послідовності робіт та відбір засобів для формування стратегічного потенціалу, обґрунтування його майбутніх параметрів. Організація забезпечує реалізацію процесів формування стратегічного потенціалу, створення його структури та умов реалізації; здійснює інтеграцію робіт щодо створення системи ресурсів, пошуку потенційних можливостей та формування компетенцій підприємства.

Мотивація сприяє активізації процесів саморозвитку працівників підприємства і максимальній віддачі творчого та інноваційного потенціалу персоналу, стимулює зацікавленість у вирішенні поставлених завдань щодо формування стратегічного потенціалу. Функція контролю на основі зіставлення планових та фактичних параметрів стану стратегічного потенціалу дозволяє проаналізувати і оцінити процеси його формування. Помилково вважається, що стратегічними аспектами пошуку потенційних можливостей підприємства для майбутнього розвитку має опікуватися лише вище керівництво. До формування стратегічного потенціалу повинні бути залучені всі працівники підприємства шляхом розвитку інноваційного типу їхньої поведінки, сприяння налагодження ефективних комунікацій із партнерами, клієнтами та найрізноманітнішими контактними аудиторіями, формування відчуття відповідальності за вчасні дії та сприятливого корпоративного мікроклімату, стимулювання до прогресивних змін, підвищення кваліфікації, набуття нових знань та компетенцій. Тому поряд із економічними й адміністративними методами пріоритетну роль необхідно відвести соціально-психологічним, які будуть спрямовані на досягнення вищевизначених завдань.

Однією із найважливіших і найскладніших проблем у формуванні організаційного механізму є визначення відповідальних чи створення структурного підрозділу для виконання функцій управління стратегічним потенціалом підприємства. У цьому аспекті можна виділити три основні підходи [183]:

- створення належного структурного підрозділу на підприємстві (застосовуються в компаніях холдингового типу і на великих підприємствах).
- розширення функцій планово-економічної служби (виконання функцій формування стратегічного потенціалу підприєм-

ства), введення до штату посади спеціаліста або заступника керівника з управління стратегічним потенціалом підприємства. Доцільно застосовувати на великих та середніх підприємствах;

- у малих та середніх підприємствах діяльність щодо формування стратегічного потенціалу та управління цим процесом виконується власником або керівником підприємства. Окремі функції делегуються керівникам функціональних підрозділів – виробничих, фінансових, маркетингових, кадрових – із метою формування локальних потенціалів у структурі загального.

Можливе створення тимчасових груп для розв’язання проблем формування стратегічного потенціалу підприємства.

Роль інформації в управлінні формуванням стратегічного потенціалу підприємства має визначальне місце, оскільки [183]:

- управління є інформаційним процесом, що перетворює вихідну інформацію про стан зовнішнього і внутрішнього середовища в інформаційні сигнали у формі управлінських рішень для досягнення цілей до інформаційних образів майбутнього очікуваного стану підприємства, здобуток яких оцінюється за допомогою інформаційних параметрів у вигляді фінансово-економічних показників;
- згідно з сутністю стратегічного потенціалу, інформація є важливою і невід’ємною складовою, яку потрібно розглядати в таких аспектах: як фактор виробництва та ресурс для здійснення господарської діяльності; як відомості про потенційні можливості розвитку у формі ринково-комерційної, економічної та науково-технічної інформації; як знання для формування відмітних компетенцій підприємства і його персоналу;
- результатом формування стратегічного потенціалу підприємства є інформація, подана на основі даних прогнозованих оцінок, кількісних і якісних характеристик бажаного стану підприємства про майбутні тенденції зміни потенціалу, які варто розглядати як життєво важливі напрямки його формування і розвитку. З організаційним механізмом тісно взаємопов’язаний правовий механізм управління. Правовий механізм управління стратегічним потенціалом підприємства є системно-організованою сукупністю правових інститутів і

норм господарського характеру та покликаний здійснювати регулювання господарських правовідносин між суб'єктами господарювання в інтересах суспільства і держави.

Таким чином, загальні засади організаційного механізму управління формуванням стратегічного потенціалу визначаються організаційно-правовою формою, яка обрана підприємством. Зазначене зумовлюється правовими нормами, які регламентуються Господарським кодексом України [47], Законом України «Про господарські товариства» [134], іншими нормативно-правовими актами, що визначають загальні вимоги, розподіл функцій та відповідальності у сфері управління підприємством як складними соціально-економічними системами.

Організаційний механізм, на нашу думку, включає методи та функції управління, організаційні процеси, правила та норми, що циркулюють всередині організації.

Організаційний механізм функціонування підприємств плодово-овочевої галузі дозволяє виокремити такі завдання, які повинні вирішуватись під час ефективного функціонування підприємства плодово-овочевої галузі:

- управління стратегічним розвитком;
- управління перспективним розвитком інноваційно-наукового потенціалу;
- управління доступом до інформаційних ресурсів;
- управління організаційно-виробничою структурою.

Серед блоків організаційного механізму О. Б. Бойко виокремлює статичні і динамічні. До статичних блоків можна віднести правовий і мотиваційний, оскільки вони забезпечують інструментарій роботи механізму [26].

У динамічному блоці організаційного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі виділимо методи та функції управління, правила та норми, що циркулюють всередині організації, стратегічне управління та інформаційний блок (рис. 1.5.).

Механізм зацікавленості працівників у досягненні максимальних соціальних і економічних результатів діяльності підприємства забезпечує мотиваційний блок. Мотивація означає загальну сукупність чинників, процесів та механізмів, які спонукають людей прагнути та досягати життєво необхідних цілей, допускає активність у несталому середовищі і потребує ситуативної реакції. У ході ситуативного розвитку мотивації оцінюється спосіб досягнення необхідного результату.

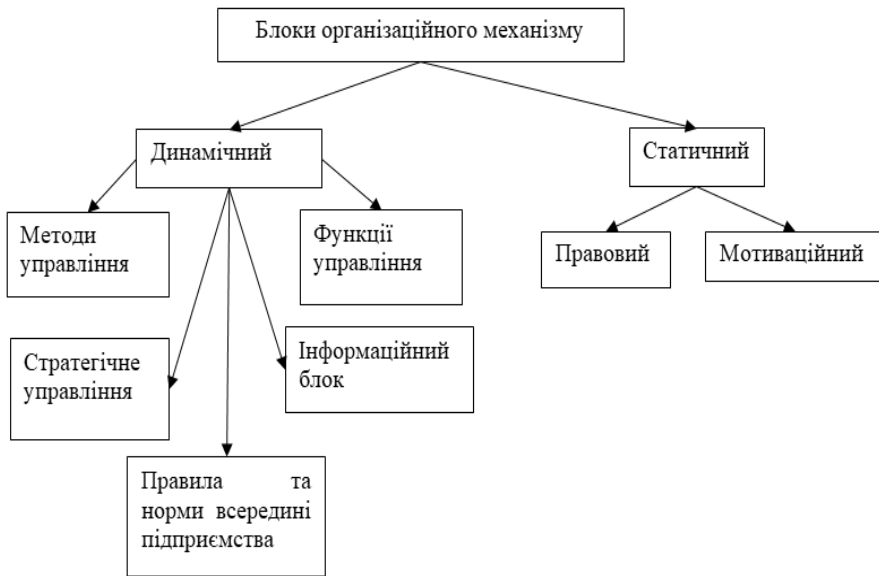


Рис. 1.5. Блоки організаційного механізму

Джерело: сформовано автором

Таким чином, мотиваційний блок варто досліджувати як впорядковану сукупність досягнення конкурентоспроможності підприємства.

Правовий блок включає всю сукупність правових нормативів і стандартів, що визначають та регулюють діяльність як усередині організації, так і її зовнішні зв'язки з державою, постачальниками та замовниками.

Згідно з теорією менеджменту, в організаційному механізмі виділимо п'ять основних функцій [51]: планування, організація, мотивація, контроль, регулювання.

З метою досягнення поставленої мети сукупність усіх способів та прийомів впливу на об'єкт управління визначимо як методи управління. До організаційного механізму входять адміністративні та соціально-психологічні. Економічні методи управління є складовою економічного механізму.

Важливою складовою організаційного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі є правила та норми всередині підприємства, які визначені самим суб'єктом господарювання. Частина із

них відображається в установчих документах: у статуті, наказі про облікову політику тощо.

Стратегічне управління організаційного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі передбачає розробку і обґрунтування заходів і планів досягнення поставлених завдань, відповідно до мети, з урахуванням усіх наявних ресурсів, майбутнього потенціалу, а також виробничо-збутових можливостей.

Інформаційний блок включає забезпечення різноманітною управлінською інформацією. Наявність надійної ділової інформації дає можливість швидко приймати фінансові та комерційні рішення, які забезпечують максимізацію прибутку.

Організаційний механізм управління функціонування підприємств плодово-овочевої галузі забезпечує взаємозв'язок і взаємодію між усіма без винятку підрозділами суб'єкта господарювання, різними напрямками його діяльності. У результаті успішної роботи усіх складових механізму та функціональних підрозділів варто очікувати на отримання синергічного ефекту.

Державне регулювання ринку овочів, на думку А. Ж. Сакун, має здійснюватись шляхом [171]:

- сертифікації послуг щодо зберігання овочів і продуктів їхньої переробки;
- здійснення митно-тарифної та цінової політики, впровадження механізмів державних заставних закупівель і страхування ризиків суб'єктів овочевого ринку, фінансової підтримки науково-селекційної роботи;
- залучення коштів інвесторів у зрощення та сучасну новітню техніку, що забезпечить ефективне вирощування високорентабельних сільськогосподарських культур та дотримання унікальної технології вирощування;
- перегляду механізму ціноутворення й усунення диспаритету цін на промислову і сільськогосподарську продукцію, розробки різного рівня прогнозів збалансованого розвитку територіального та галузевого виробництва, в тому числі переробного;
- створення агропромислових асоціацій, оптових ринків, бірж, консалтингових центрів;
- розвитку і підтримки фермерства;

- зміцнення і розширення складського холодильного господарства, насамперед, у місцях виробництва овочів тощо [171].

Важливою складовою економічного механізму є ціноутворення. Р. С. Близький зазначає, що у сучасних умовах господарювання та фінансово-економічної кризи ціна і витрати на продукцію сільськогосподарського виробництва відіграють вирішальну роль у процесі формування цін на макро- та мікроекономічному рівнях [23, с. 149].

Нині український виробник не має можливості спрогнозувати ціну на продукцію АПК, оскільки не існує доступних систем підтримки та прийняття рішень на ринку овочівництва щодо цього питання. Ціна на сільгоспродукцію формується під впливом взаємодії зовнішніх та внутрішніх факторів (рис. 1.6.).

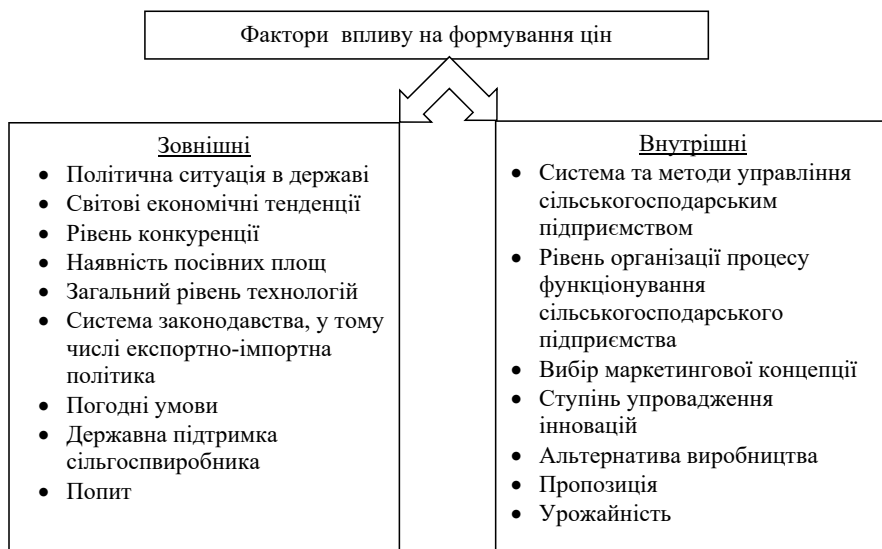


Рис. 1.6. Аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів впливу ціноутворення

Джерело: сформовано автором на основі Близького Р. С. [23, с. 249]

Серед основних форм державного регулювання цін у галузі виробництва плодово-овочевої продукції можна назвати [180, 219, 221]:

- тотальне заморожування цін;
- встановлення фіксованих цін;
- встановлення меж росту цін;

- встановлення граничної норми рентабельності;
- встановлення граничних розмірів торговельних надбавок;
- декларування цін;
- встановлення рекомендованих цін;
- встановлення паритетних цін.

Отже, запропонований підхід до визначення складових елементів організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі покликаний покращити внутрішньогосподарське управління функціонуванням сільськогосподарських товаровиробників шляхом встановлення переваг та недоліків у діяльності підприємства.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОЇ ГАЛУЗІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМСТВ

2.1. Економічна оцінка зарубіжного і вітчизняного досвіду формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі

Плодово-овочева галузь України характеризувалася динамічним розвитком до кризи 2008 р., що пов'язувалося, з одного боку, реальним ростом доходів населення, а з іншого – зменшенням обсягів домашнього консервування.

Світове виробництво фруктів зростає набагато повільніше, ніж овочеве [23]. Світове виробництво овочів та фруктів має тенденцію до зросту в країнах із нижчим достатком населення та невисокими витратами на робочу силу. У той же час виготовлення плодово-овочевої продукції скорочується в країнах із високим рівнем доходу та дорогою робочою силою.

Світовим лідером виробництва овочів впродовж тривалого часу залишається Китай. На другому місці – Індія, третє місце посідають США.

Зріст виробництва відбувся за рахунок врожайності, загальна тенденція до зростання якої спостерігається в усіх регіонах світу. Основну частину овочів та фруктів у світі виробляють для вживання на внутрішніх ринках, на міжнародний іде тільки 4,4% від світового виробництва.

У розвинутих країнах більше половини загального споживання становлять переробні овочі та фрукти [107].

Згідно з опитуванням «Mind», лише кожен четвертий житель Євросоюзу (далі – ЄС) їсть фрукти двічі на день (27%). Ще 37% населення країн Євросоюзу відповіли, що їдять фрукти раз на день, а решта 36% споживають фрукти ще рідше або взагалі обходяться без них.

З 2018 р. овочі користуються навіть меншим успіхом: 23% європейців їдять їх не менше двох разів на день, а 40% жителів ЄС споживають овочі раз у день. Італійці стали лідерами зі щоденного споживання фруктів: 85% населення хоча б раз на день з'їдають одну порцію (порцію вважається 80 г – ред.) [161].

На другому місці португальці – 81%, що також набагато вище за середній показник по ЄС, що становить 64%. Три країни, де найменша кількість населення щодня їсть фрукти: Латвія 35%, Болгарія і Литва – по 37%. Що стосується споживання овочів, то Ірландія та Бельгія стали країнами з найвищою пропорцією населення, яке споживає овочі хоча б раз на день: в обох країнах це 84% населення. У 18-ти з 28-ми країн-членів ЄС від 50% до 80% населення повідомили, що їдять овочі щодня, а середній показник по ЄС становить 64% [160].

За даними інформаційного агентства Agravey у 2018, в Євросоюзі 2,8 млн. га землі віддано під виробництво фруктів і ягід і 2,1 млн. га – під вирощування овочів. Лідером із виробництва фруктів є Іспанія з 942 тис. га, що становить 33% від усіх земель ЄС, відданих під їх вирощування. Найбільшим виробником овочів стала Італія (420 тис. га, або 19,8%) [137].

Як показує практика різних країн світу, розвиток плодово-овочевої галузі агропромислового виробництва ймовірний тільки за умови проведення активної державної політики в галузі доцільного використання виробничих ресурсів на основі [209]:

- широкого, економічно обґрунтованого, державного регулювання економічних відносин між різними сферами АПК;
- забезпечення населення плодово-ягідною та овочевою продукцією за доступними цінами.

З урахуванням цього в більшості країн діють системи державного регулювання. Хоча є значні розбіжності між країнами в застосуванні механізму економічного регулювання, однак вони всі переважно переслідують такі цілі:

- підтримка стабільної економічної ситуації в сільському господарстві і в переробному виробництві;
- забезпечення продовольчої безпеки;
- гарантія конкурентоспроможності.

Реалізація цих цілей здійснюється на основі значних бюджетних витрат і витрат споживачів за рахунок високих цін із застосуванням таких механізмів регулювання: гарантована закупівля залишків продукції за мінімальними цінами, специфічні форми пільгового кредитування, митне регулювання.

У країнах ЄС регулювання на агропромисловому ринку охоплює такі основні сфери:

- ціни на сільськогосподарську продукцію;

- умови її виробництва та розподілу;
- система ресурсозабезпечення;
- природоохоронна діяльність;
- соціальна інфраструктура сільської місцевості.

Особливе місце в сучасних умовах провідних країн в аграрній сфері посідає «продовольча дипломатія». Цілі, методи та форми «продовольчої дипломатії» відносно різних груп країн «третього світу» мають свою специфіку, котра визначається, по-перше, їх функцією у міжнародному поділі праці і характером відносин із США, по-друге, їх місцем у світовому продовольчому господарстві і залежністю від поставок продуктів харчування ззовні.

Цим визначаються стратегічні підходи в протекціонізмі сільського господарства провідних країн світу. Серед різних форм протекціонізму важливе місце посідає підтримка цін, котра становить 75% від загального еквівалента субсидій виробників і країн ЄС; 87% у Канаді; близько 50% в США.

Частина прямих дотацій в узагальненому еквіваленті сільськогосподарським товаровиробникам становить у Норвегії близько 50%, в ЄС і США – 22–23%. Частка інших видів підтримки аграрного сектору (надання різних послуг, будівництво об'єктів інфраструктури) досягає 60% в Австрії і більш ніж 40% у Канаді. У Франції держава регулює 20% цін. У країні діє мережа державних контролерів, які здійснюють пряме регулювання цін на сільськогосподарську продукцію [209].

У США на підтримку сільського господарства з бюджету виділяється більш ніж 60 млрд. дол. У країні основний механізм субсидювання здійснюється шляхом реалізації цільових програм, охоплюючи приблизно 85% посівних площ [209].

Для кожної із основних культур уряд фіксує два види підтримки цін – цільові і заставні. Ця країна широко використовує компенсуючі виплати, які є формою прямого вкладення в підвищення доходів фермерів. Конгрес установлює «планові ціни» на різноманітні культури. Для отримання пільг фермери повинні вилучити частину своїх земель із землекористування. Якщо ринкова ціна, яку отримують фермери за врожай, виявляється нижчою від запланованої, різницю компенсує уряд [209].

У США існують і успішно функціонують програми підтримки фермерів. Їх реалізація спрямована на забезпечення стабільності або зростання цін на продукцію сільського господарства і доходу фермерів.

Програми підтримки передбачають заходи з контролю за рівнем цін, обсягами виробництва, прямі виплати фермерам, субсидіювання експорту, а також інші непрямі субсидіювання фермерських господарств. До основних товарів, для яких існують програми підтримки американського уряду, належать пшениця, бавовна, цукор, плоди, овочі, тютюн, арахіс. Кожна програма підтримки має свої відмінні особливості.

США особливу увагу приділяють переробці плодово-овочевої продукції. Вартість агропромислового виробництва за останні роки становить більш ніж 13% загального валового продукту. Основні організаційно-технологічні і технічні умови, підкріплені відповідними заходами аграрної політики, дозволять перетворити аграрний сектор не просто в найбільший у світі, але найбільш ефективний.

Складовими цієї політики є [209]:

- раціональне поєднання сфер виробництва і засобів виробництва, сільського господарства з найбільш важливою сферою АПК – переробки, зберігання, транспортування, реалізації сільськогосподарської і продовольчої продукції. При цьому в першій і третій сферах промисловість і капітал створюють необхідні можливості для успішної роботи фермерів, але головне – супроводжують продукт із «поля до прилавка»;
- сільськогосподарське виробництво, виробництво овочів та фруктів раціонально розміщено на території країни відносно природних особливостей;
- високий рівень технічного й енергетичного оснащення;
- економічна підтримка фермерства, котра за довгі роки формується на основі впровадження індустріальних технологій із використанням вертикальної й горизонтальної інтеграцій, спеціалізації і концентрації виробництва.

Економічна підтримка в цій країні складається з таких частин [209]:

- підтримка доходів фермерів;
- регулювання цін;
- підтримка в придбанні сировинних ресурсів і маркетингу продукції;
- стимулювання росту ефективності виробництва; регіональної й загальноекономічної підтримки (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Основні заходи механізму державної підтримки
аграрного сектору в США та Україні**

Заходи	Опис заходів державного регулювання, у США	Опис заходів державного регулювання, в Україні
Підтримка доходів фермерів		
Контроль і боротьба зі шкідниками і хворобами	Державні організації ведуть моніторинг і боротьбу з хворобами і шкідниками сільськогосподарських тварин і рослин	-
Регулювання цін		
Програми кредитів фермерам	Забезпечуються пільгові умови при виданні кредитів. В цю групу входить як надання самих кредитів, так і державна гарантія повернення кредитів	Надання поворотної допомоги для придбання техніки, бладнання, поновлення обігових коштів, виробництва та переробки сільськогосподарської продукції, проведення оцінки відповідності виробництва органічної продукції (сировини), будівництва та реконструкції виробничих і не виробничих приміщень, для закладення багаторічних насаджень, розвитку кредитної та обслуговуючої кооперації, зрошення та меліорації земель
Пільги по стягненню акцизу за використане паливо	Паливо, яке використовується для цілей сільськогосподарського виробництва, не обкладається акцизним збором	-
Підтримка маркетингу продукції		
Консультативна підтримка	Фермерам на некомерційній основі пропонується консультативна допомога в маркетингу продукції	-
Підтримка в переробці та маркетингу продукції	Держава шляхом проведення різноманітних програм сприяння маркетингу допомагає виробникам у збуті товарів, створює більш стабільні умови на продовольчому ринку	-

Заходи	Опис заходів державного регулювання, у США	Опис заходів державного регулювання, в Україні
Регіональна підтримка		
Програми підтримки фермерів	Уряд штатів забезпечує допомогу здійснення регіональних програм в області наукових досліджень, впровадження і освіти, надання інформаційних послуг фермерам, здійснення функцій і перевірку якості харчування	КПКВК 2801580 «Фінансова підтримка сільгосптоваровиробників»: надання поворотної допомоги для придбання техніки, обладнання, поновлення обігових коштів, виробництва та переробки сільськогосподарської продукції, проведення оцінки відповідності виробництва органічної продукції (сировини), будівництва та реконструкції виробничих і невиробничих приміщень, для закладення багаторічних насаджень, зрошення та меліорації земель
Загальноекономічна підтримка		
Пільги оподаткування	Держава забезпечує певні переваги з оподаткування кооперативів, доходів міжнародних торговельних корпорацій	Надання поворотної допомоги для розвитку кредитної та обслуговуючої кооперації
Державна підтримка транспортної інфраструктури	Уряд фінансує будівництва і обслуговування водяних і залізничних шляхів	Державна програма часткової компенсації вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва, а саме: 25% за рахунок бюджетної програми КПКВК 2801580 «Фінансова підтримка сільгосптоваровиробників» за напрямом «Часткова компенсація вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва»; 15% за рахунок бюджетної програми КПКВК 2801230 «Фінансова підтримка розвитку фермерських господарств»

Джерело: сформовано авторами за даними [183, 201]

Багаторічне перевищення виробництва сільськогосподарських і продовольчих товарів над внутрішнім споживанням дозволили США не тільки успішно продавати залишки і допомагати іншим країнам, розширюючи майбутні ринки, але й розширювати асортимент свого продовольчого прилавка завдяки імпорту.

У Канаді основою для регулювання ринку прийнята концепція, згідно з якою вибір форм і видів виробничої діяльності приватних власників у сільському господарстві поєднується з монополюючим державним регулюванням торгівлі основними видами сільськогосподарської продукції.

Основним законодавчим актом, який регулює діяльність аграрного сектору, є Закон «Стабілізація сільськогосподарського виробництва» [139].

У відповідності з ним, Рада зі стабілізації сільськогосподарського виробництва через державні кооперації і кооперативні торгові управління закупає сільськогосподарську продукцію у виробника за базовими цінами, які узгоджуються на початку кожного року. Міністерство фінансів у рамках прийнятого бюджету виділяє кредит корпораціям і управлінням під банківський відсоток для закупівлі сільськогосподарської продукції. Після корпорації торговельні управління перепродають продукцію переробним підприємствам або на зовнішню торгівлю і ринки.

Якщо середньозважена ціна, наприклад, на певну категорію зерна, реалізованого кінцевому споживачеві, нижча, ніж базова ціна закупки, то різниця, за мінусом всіх витрат, виплачується фермерові. Тоді у випадку зі швидкопсувними продуктами, такими як фрукти і овочі, що реалізуються на ринку за ціною нижчою, ніж базова, фермеру також виплачується надбавка.

Для цих цілей у країні створені державні корпорації: Канадське пшеничне управління (КПУ, 1943 р.), Канадська комісія з виробництва та торгівлі молоком і молочними продуктами (ККМП, 1966 р.) і Національна Рада із сільськогосподарської продукції (НРСП, 1970 р.), котрі наділені повноваженнями закупівлі та продажу переробникам або мають право експортувати окремі категорії продуктів.

Базові ціни на сільськогосподарські продукти і договірні відносини між корпораціями і виробниками забезпечують державі можливість контролювати обсяг виробництва тих видів продукції, котрі мають великий попит на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Серед країн ЄС достатньо високим рівнем інтенсивності характеризується сільськогосподарське виробництво Австрії. Для цієї країни

характерна велика частка овочів і фруктів у кінцевій продукції агро-виробництва і високий рівень самозабезпечення основними сільсько-господарськими продуктами: зерном – 106%, овочами – 135%, яловичиною і телятиною – 141%, свининою – 105%, молоком – 103% [222].

Австрійський інститут господарських досліджень провів аналіз, результати якого свідчать, що вступ країн Центральної і Східної Європи до ЄС призведе до неоднозначних наслідків для аграрного сектору Австрії. Виробники винограду та інших фруктів отримають певну користь у зв'язку з розширенням ринку збуту, а виробники зерна, продуктів скотарства (м'яса і молока) відчуватимуть посилений тиск від зростання продукції та зниження цін [223].

За даними інституту, інтеграція центрально-європейських країн ЄС у короткострокових і середньострокових періодах менше впливатиме на австрійське господарство, ніж вступ Австрії до ЄС. Сьогодні в Центральній і Східній Європі виробляється відносно невелика кількість вина. Вступ країн цього регіону до Євросоюзу сприятиме підвищенню рівня життя в зазначених країнах, призведе до збільшення попиту на продукцію австрійського виноградарства. Крім того, заборона на закладання нових виноградників, передбачена Правилами винного ринку ЄС-15, обмежить експортні можливості новоприйнятих членів Євросоюзу.

Комісія Європейського Союзу розробила свою стратегію переговорів із питань агровиробництва – прямі виплати земельним робітникам і кількісні квоти за видами агропродукції для нових членів ЄС до їх вступу до Євросоюзу в 2004 р. Для переходу до аграрної політики країн ЄС відносно сільських територій і підтримки реконструктуризації аграрного сектору нових членів ЄС Комісія європейських спільнот (далі – КЕС) передбачає посилення фінансової допомоги розвитку села. КЕС вважає необхідним поступове введення прямих виплат виробникам, запланованих спільною аграрною політикою Євросоюзу протягом 10 років. Передбачені прямі поставки агровиробникам у 2007 р. до 35%, і наступні роки вони повинні збільшуватися так, щоб у 2013 р. вийти на рівень прямих витрат, котрі становлять 100%, тобто зрівнятися з виплатами зі спільного аграрного бюджету ЄС [222].

Ці виплати могли би бути доповнені субсидіями з національного бюджету нових членів Євросоюзу. Для вступу до ЄС країни-претенденти повинні привести все законодавство у відповідність до чинного відносно аграрного ринку в рамках спільної аграрної політики.

Таким чином, розвиток сільськогосподарського виробництва і плодово-овочевого ринку в розвинених зарубіжних країнах має свою специфіку. Однак найбільш загальними чинниками для них є:

- забезпечення доходу виробників у сільському господарстві на такому рівні, щоб дозволити основній масі товаровиробників вести розширене виробництво;
- захист національних ринків від конкуренції, яка ущільнює інтереси сільського господарства;
- забезпечення населення плодами, овочами та ягодами за доступними цінами, підвищення екологічності виробництва;
- створення економічних умов для експорту плодово-овочевої продукції, якщо це відповідає геополітичним інтересам країни.

Достатньо високий рівень державного регулювання виробництва, переробки і реалізації плодово-овочевої продукції у найбільш розвинених країнах сприяє зростанню споживання населенням овочів та фруктів.

У країнах ЄС дві третини населення споживають щонайменше одну порцію овочів та фруктів щодня. Найновіші дані Європейського опитування медичного інтерв'ю EHIS за 2018 р. показують, що щоденне споживання овочів та фруктів широко поширене серед всього ЄС, у середньому третина населення (34,4%) віком від 15 років не споживає фруктів або овочів за день; половина населення (51,4%) вживає щодня від 1 до 4 порцій овочів і фруктів, а решта 14,1% споживають понад 5 порцій на добу. Однією порцією вважається 100 грамів [222].

Сільське господарство Великобританії належить до найбільш механізованих у світі і має надзвичайно високу продуктивність при мінімумі залучених трудових ресурсів (1,4%). Країна має розвинену систему фермерських господарств (близько 250 тис.) та потужних тваринницьких комплексів [226].

Рослинництво виробляє 23–25% сільськогосподарської продукції країни. У рослинництві домінує вирощування зернових (понад 30% ріллі), де переважають пшениця (18%) і ячмінь (11%), також овес. Головною житницею Великої Британії є Східна Англія і особливо Південний Схід, а також околиці Великого Лондона. Технічні культури представлені цукровим буряком та картоплею (Англія), льоном-довгунцем. Навколо великих міст сформувались райони вирощування квітів, хмелярства, овочівництва, плодівництва та ягідництва. Понад половину від посівних площ займають багатолітні кормові трави [177].

У Великобританії одна третина населення (33,1%) споживає понад 5 щоденних порцій свіжих овочів та фруктів, у Данії – 25,9%, а в Нідерландах – 25%. Результати вживання свіжих овочів та фруктів у Румунії та Болгарії – 3,5% та 4,4% [177].

За даними Agrinsieme, італійці споживають в середньому 219 г фруктів за день на душу населення і 228 г на душу населення овочів кожного дня. Загальною рекомендацією Всесвітньої організації охорони здоров'я для здорового харчування є 400 г [223].

За даними Fruchthande, в Німеччині в середньому кожний громадянин споживає близько 105 кг свіжих фруктів та овочів за рік, з яких 25,9 кг – яблука.

За даними державного агентства у Франції FranceAgriMer, французи споживають більш ніж 100 кг фруктів та овочів за рік.

Франція є однією із найбільших сільськогосподарських держав у Європейському Союзі. На неї припадає 16,3% сільськогосподарських земель. Обсяг сільськогосподарського виробництва склав у 2015 р. 75 млрд євро, що становило 18,3% сукупного виробництва країн ЄС [162].

Незважаючи на відсутність державних програм із підтримки садівництва, українські садівники почали потроху відновлювати галузь і навіть закладати нові сади. У Міністерстві аграрної політики та продовольства України зазначають, що за результатами 2018 року загальний збір фруктів, ягід і горіхів за всіма категоріями господарств країни становив, як і в минулому році, близько 3,3 млн. т.

За офіційними даними, виробництво ягід в Україні щорічно збільшується на 4%. Сьогодні це потужна індустрія, яка розвивається на всій території держави. Окупність вкладень у ягідництво досить висока, а внутрішній та зовнішній ринки залишаються ненасиченими [186]. За словами Оксани Руженкової, цьогоріч встановлено рекорд із купівлі саджанців ягідних культур, а протягом року господарствами закуплено аж 10 збиральних комбайнів [2].

Завдяки підтримці обласних та місцевих рад і сприянню інвесторів у Вінницькій, Тернопільській та Львівській областях запрацювали одразу декілька ягідних кооперативів, що дозволяє тутешнім мешканцям отримати робочі місця та високооплачувану роботу.

Обмежувальним фактором щодо нарощування виробництва є недостатня кількість потужностей для зберігання. За словами голови «Укрсадпрому», в Україні виробляється 2 млн. т. фруктів, проте функціонують близько 300 фруктосховищ. Зберігальні потужності станов-

лять лише 250 тис. т, при цьому тільки 70 тис. забезпечені технологією регульованого газового середовища. Директор фермерського господарства «Зоря Інгулу» Сергій Кравцов зазначає, що будувати фруктосховища заважає відсутність кредитів під нормальні відсотки: «Ми готові розширювати потужності, маємо для цього все необхідне. Кредити під 20–23% просто вбивають у нас це бажання» [162].

2.2. Стан та тенденції розвитку економіки плодово-овочевої галузі України

Питання забезпечення населення плодово-овочевою продукцією для України особливо актуальні, оскільки певна частина території не має достатньо сприятливих природно-економічних умов для обробітку плодових, ягідних і овочевих культур. Значна частина населення країни відчуває дефіцит багатьох вітамінів, мінеральних речовин та інших біологічно активних сполук, вкрай необхідних для життєдіяльності людини. У зв'язку з цим забезпечення населення України високоякісними овочами, плодами, ягодами і продуктами їх переробки нині є гострою проблемою.

Плоди, ягоди та овочі – найважливіші продукти харчування населення всіх вікових груп. У цих продуктах містяться органічні кислоти, цукор, мінеральні солі та інші, необхідні для організму речовини. Головною їх перевагою є наявність біологічно активних речовин: вітамінів, мікроелементів, антибіотиків.

Всесвітня організація охорони здоров'я (далі – ВООЗ) вважає, що раціон здорового харчування повинен обов'язково включати яблука, моркву, капусту, помідори, гострий перець чілі, броколі, цибулю і чорницю. Усі ці продукти мають унікальне поєднання активних елементів, які зміцнюють імунну систему організму, знищують ракові клітини, підтримують роботу серця, клітин головного мозку і судин, позитивно впливають на психологічний стан і настрій людини. Тому розробка комплексної програми продовольчого забезпечення держави повинна бути взаємопов'язана з програмами здорового харчування, аграрного виробництва і пов'язаних із ним галузей.

Не зважаючи на велику кількість продуктів харчування, недоїдання – це проблема усього світу.

Сучасний стан продовольчого забезпечення вже дуже тривожний. За оцінками експертів ФАО, кількість голодуючих зростає. Залежність збільшення кількості нових жертв від масштабів економічного спаду

одінюється в 14,4 млн. до 38,2 млн. осіб. Найбільш тривожний сценарій зниження ВВП на 10% у країнах чистого імпорту продовольства може збільшити кількість нових людей, які страждають від голоду, на 80,3 млн. [227]

За даними Global Food Security Index (далі – GFSI) другий рік поспіль лідерами продовольчої безпеки стали такі країни як Сінгапур, Ірландія та Сполучені Штати Америки, не зважаючи на те, що у рейтинг були додані нові показники, які включали в себе витрати на продовольство, інфраструктуру сільського господарства та харчові стандарти (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Топ країн світу у рейтингу продовольчої безпеки за 2018 – 2019 рр.

Світовий рейтинг	Країна	Бали (max. 100)		Відхилення
		2018 р.	2019 р.	
1.	Сінгапур	87,4	87,4	0,0
2.	Ірландія	83,4	84,0	+0,6
3.	Сполучені Штати Америки	83,1	83,7	+0,6
4.	Швейцарія	83,1	83,1	0,0
5.	Фінляндія	82,9	82,9	0,0
5.	Норвегія	82,4	82,9	+0,5

Джерело. Сформовано авторами за даними [228]

GFSI 2019 показує, що майже всі країни в рамках цього Індексу (88%) мають достатню продовольче забезпечення для свого населення. Однак, згідно зі звітом Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН про стан продовольчої безпеки і харчування в світі, більше 820 млн. Людей голодують. Це проблема широко поширена: показники більше третини країн, які оцінюються GFSI, демонструють, що понад 10% їх населення недоїдають [229].

Україна несуттєво поліпшила загальний бал у порівнянні з минулим роком. У 2018 р. отримала 56,9 балів, а у 2019 р. збільшила його всього на 0,2 бали, в результаті чого зайняла 76 позицію у рейтингу [228].

За даними GFSI основними сильними сторонами для України є безпека харчових продуктів, низька частка населення за глобальною межею бідності, мінімальні зміни середніх витрат на харчування і низь-

кий рівень втрат продовольства. У порівнянні із середньосвітовим показником, Україна має найкращі показники по фінансуванню програм безпеки харчових продуктів, наявності відповідних приміщень для зберігання врожаю і здатність безпечно зберігати продукти харчування.

Global Food Security Index демонструє, що Україні необхідно продовжувати фокусуватися на сільському господарстві для розкриття потенціалу зростання. У нас багато переваг від високоякісного чорнозему, завдяки якому сільськогосподарська продукція сповнена мінералами та поживними речовинами. Населення має доступ до продовольства, проте фермери все ще відчувають проблеми з отриманням доступу до джерел фінансування для розвитку свого бізнесу.

Таблиця 2.3

Складові поняття продовольчої безпеки:

<i>продовольча безпека</i>	це стан економіки України, у тому числі її агропромислового комплексу, який дає змогу забезпечити потреби населення продуктами харчування відповідно фізичним нормам харчування незалежно від зовнішніх та внутрішніх умов.
<i>об'єкти</i>	агропромисловий комплекс; продовольчий ринок.
<i>суб'єкти</i>	органи регулювання АПК; виробники сільськогосподарської продукції, сировини; споживачі.
<i>ціль</i>	розробка та впровадження соціально-політичних, економічних, науково-технічних, організаційних заходів по забезпеченню фізичної та економічної доступності життєво важливих продуктів харчування; попередження надзвичайних продовольчих ситуацій, а також в разі чого бути готовими до них.
<i>критерії</i>	дотримання фізичних норм споживання; рівень споживання життєво важливих продуктів харчування; рівень продовольчої незалежності країни; рівень виробництва продуктів харчування; економічна доступність продовольчих товарів; якість виробництва.
<i>рівні</i>	міжнародний, національний, регіональний.
<i>загрози</i>	зниження економічної, соціальної та екологічної ефективності АПК; зріст імпорту продуктів харчування та сільськогосподарської сировини; посилення залежності від зовнішніх джерел; зниження рівня виробництва продукції; неефективна продовольча політика.

Джерело сформовано авторами

Основним завданням агропродовольчої політики є створення дієвого агропромислового виробництва з метою повного задоволення харчових потреб населення незалежно від його платоспроможного попиту. Лише шляхом комплексного вирішення проблем виробництва, зберігання, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції можна здобути продовольчу безпеку.

Основні напрями агропродовольчої політики:

- формування високоєфективної, соціально орієнтованої багатокладної економіки АПК як основи забезпечення продовольчої безпеки держави;
- реалізація стратегії і тактики розвитку агропромислового виробництва на основі розробленої моделі аграрних реформ з визначенням короткострокових, середньострокових і довгострокових завдань та цільових державних програм виробничого і соціального призначення;
- збалансоване поєднання державного регулювання економіки агропромислового виробництва з економічною свободою підприємств і організацій в умовах ринку;
- створення законодавчо-правової бази оздоровлення соціально-економічної ситуації на селі;
- активна державна підтримка розвитку агропромислового комплексу, забезпечення захисту вітчизняних товаровиробників;
- формування внутрішнього ринку продовольства на основі введення ефективного механізму формування продовольчих ресурсів, заснованого на економічному стимулюванні вітчизняних товаровиробників і розвитку ринкової інфраструктури;
- удосконалення ринкових механізмів цінового регулювання, в тому числі паритетних цінових відносин на сільськогосподарську і промислову продукцію;
- удосконалення кредитно-фінансової системи, податкової політики, страхування та інших механізмів ринкової економіки;
- відновлення та розвиток ресурсного потенціалу сільськогосподарського виробництва та харчової промисловості;
- прискорення розвитку вітчизняних галузей, що виробляють засоби виробництва для сільськогосподарських товаровиробників, створення раціональної системи сервісного обслуговування, формування ринку матеріальних ресурсів;

- удосконалення земельних відносин, раціональне використання земель;
- забезпечення правової і економічної рівності всіх форм господарювання, відновлення зруйнованих потужностей велико-товарного виробництва;
- фінансова підтримка селянських (фермерських) господарств;
- стимулювання розвитку кооперації і інтеграції підприємств всіх форм власності у виробництві, переробці, збуті сільськогосподарської продукції, агросервісному обслуговуванні, торгівлі і кредитуванні;
- освоєння новітніх ресурсозберігаючих технологій виробництва, збереження і переробки екологічно чистої сільськогосподарської продукції;
- ефективна зовнішньоекономічна політика в інтересах забезпечення захисту вітчизняних товаровиробників;
- соціальне відродження села, створення економічних умов для підвищення життєвого рівня селян;
- підвищення ролі регіонів (областей) у вирішенні продовольчої проблеми на основі розробки і реалізації програми стабілізації і розвитку агропромислового розвитку і систем ведення АПК;
- збереження і розвиток наукового потенціалу АПК, використання механізму економічного стимулювання діяльності вчених і спеціалістів; державна фінансова підтримка науково-технічного прогресу;
- підтримка необхідного рівня продовольчого забезпечення різних категорій населення на основі підвищення їх доходів та через соціальні програми для найбільш бідних прошарків населення;
- проведення політики раціонального харчування серед населення, спрямованої на роз'яснення принципів організації такого харчування, як фактору впливу на співвідношення продуктових підгруп в структурі споживання, а відповідно, і виробництва продовольства тощо.

За даними Держгеокадастру, в Україні у 2019 р. сади займають 727,2 тис. га, а плодово-ягідні насадження в плодоносному віці – 206 тис. га. Лідер із вирощування фруктових культур – яблука, 1,5 млн. т. (у сільськогосподарських підприємствах 0,5 млн т та в

господарствах населення 1,0 млн т), що в 1,4 раза більше за 2017 р. У зв'язку зі сприятливими природно-кліматичними умовами в 2018 р. урожайність яблук у всіх категоріях господарств становила 16,0 т/га, що більше за попередній рік на 35,7%. За ними ідуть кісточкові: вишні, сливи, черешні, абрикоси та персики. Слива вийшла на перше місце в сегменті кісточкових культур. На її частку припало 36% від загального виробництва кісточкових у країні, тоді як частка вишні знизилася до 31%, а черешні та абрикоса – 13% і 16% відповідно [179].

Зазначимо, що протягом досліджуваного періоду 2015–2019 рр. задоволення потреб населення у продуктах харчування здійснювали здебільшого завдяки продукції власного виробництва. Хоча такі продовольчі товари як плоди, ягоди, виноград, цитрусові не забезпечують продовольчий ринок, оскільки відсоток імпортозалежності цих товарів перевищує гранично допустиме значення, а це ставить під загрозу продовольчу безпеку країни.

Потреба у забезпеченні продовольчої безпеки потребує підтримки належного рівня продовольчої незалежності за умов використання ефективної державної підтримки місцевих фермерів та контролю за імпортом для захисту внутрішнього ринку від конкуренції.

Нестача вітчизняних продуктів харчування відшкодовується за рахунок імпорту. Значну його частину плодово-овочевої продукції становлять екзотична продукція, такі як цитрусові, банани, фініки, ананаси, тощо. Питома вага яких в загальному обсязі імпорту плодово-овочевої продукції у 2019 році збільшилась на 4% порівняно з минулим.

Імпорт продовольчих товарів вилучає значну частину ринку у вітчизняних виробників і переміщує величезні суми за кордон, які можуть бути спрямовані у вітчизняний аграрний сектор. Лише у 2020 році Україна заплатила 1736,7 мільярда доларів за придбання іноземних продуктів рослинного походження. Ціни, за якими імпортується їжа в 3-4 рази нижчі за внутрішні ціни в деяких країнах.

Таблиця 2.4

**Зовнішня торгівля окремими видами товарів за країнами світу
за 2019 р., кг**

Найменування	Експорт		Імпорт		Відхилення, %	
	2015	2019	2015	2019	Експорт	Імпорт
					2019/ 2015	2019/ 2015
Банани (свіжі, сушені)	7578,8	10967,4	145849304,3	281220220,5	45,0	93,8
Фініки	2,0	12,1	1648024,8	5843901,5	505,0	254,6
Інжир	-	7,4	362411,8	1196476,4	100,0	231,0
Ананас	66,6	765,0	2553534,9	10440319,6	1048,7	308,9
Цитрусові (свіжі, сушені)	34238,9	125792,2	232115482,2	358718916,9	267,4	54,6
Апельсини	8363,8	13420,7	66322773,9	92351133,9	60,5	39,3
Мандарини	1924,7	106121,6	112517289,4	180349917,8	5413,67	60,3
Грейпфрути та помело	159,7	1053,3	13441403,6	31489582,0	559,55	134,3
Лимони	23738,2	5196,2	39818426,9	54266977,4	-78,11	36,3
Дині, кавуни, папая	30014787,7	15406714,2	243943,8	5523747,1	-48,67	2164,4
Персики та нектарин	611,9	1026,5	17375939,2	47757969,0	67,8	174,86
Яблука та груші	5234810,9	53672516,1	58669207,0	29476238,5	10153,0	-49,8

Джерело: сформовано авторами за даними [187]

Аграрний сектор української держави завжди був одним із пріоритетних напрямів зовнішнього та національного економічного розвитку країни, оскільки організація виробництва та підтримка продовольчої безпеки кожної країни завжди є актуальною. Це залежить не тільки від стійкості та самодостатності країни та суспільства, а й від багатьох сфер людської діяльності. Сільськогосподарський потенціал України

порівняно з країнами світу та європейськими країнами представлений у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Аграрний потенціал України порівняно з країнами світу та європейськими країнами та за 2019 р., %

Показник	Світ	Європа
Сільськогосподарські угіддя	0,86	8,95
Орні землі	2,4	12,1
Землі, сертифіковані як органічні	0,5	2,6
Зрошені угіддя	1	8
Чорноземи	8	-

Джерело. Сформовано авторами за даними [226]

Аграрний сектор України, виробничий потенціал якого значно перевищує потреби внутрішнього ринку, є ланкою, яка може стати рушійною силою національної економіки та її ефективної інтеграції у світову економіку та зростаючого сільськогосподарського виробництва [120]. Україна має всі шанси посісти вагоме місце на світовому ринку, так як попит на сільськогосподарську продукцію високий. За даними Державної служби статистики України, загальне виробництво сільськогосподарських культур за період 2010–2019 рр. представлені у таблиці 2.2. Урожайність буряка цукрового у 2019 р. підвищилась на 182 ц/га порівняно з 2010 роком. На 23 ц/га підвищилась урожайність картоплі, культури овочеві – 40 ц/га; культури плодові та ягідні – 29,8 ц/га. За рахунок цього, збільшився обсяг виробництва: картоплі на 12147 тис. га, культур овочевих – 1566 тис. га, культур плодових – 372 тис. га.

Таблиця 2.6

**Загальне виробництво сільськогосподарських культур
в Україні за 2010–2019 рр.**

Показник	Роки							Відхилення, +/-	Відхилення, +/-
	2010	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/ 2010	2019/ 2018
Площа зібрана, тис. га:									
Буряк цукровий	492	330	237	291	314	275	222	-270	-53
Картопля	1412	1343	1291	1312	1323	1320	1309	-103	-11
Культури овочеві	468	464	447	447	446	440	452	-16	12
Культури плодові та ягідні	223	210	206	197	199	200	225	2	25
Обсяг виробництва, тис. га:									
Буряк цукровий	12663	14599	10331	14011	14882	13968	10205	-2458	-3763
Картопля	8122	9638	20839	21750	22208	22504	20269	12147	-2235
Культури овочеві	8122	9638	9214	9415	9286	9440	9688	1566	248
Культури плодові та ягідні	1747	1999	2153	2007	2048	2571	2119	372	-452
Урожайність, ц/га:									
Буряк цукровий	279	477	436	482	475	509	461	182	-48
Картопля	132	176	161	166	168	171	155	23	-16
Культури овочеві	174	208	206	211	208	214	214	40	0
Культури плодові та ягідні	78	95	105	102	103	129	108	30	-21

*Джерело: таблиця сформовано авторами за даними
Державної служби статистики України [181]*

В Україні обсяги виробництва ПЯП в 2019 р. досягли 2,12 млн. т, збільшившись порівняно з 2011 р. на 11,8 % за рахунок зростання урожайності культур (на 27,3%), що стало можливим завдяки впровадженню інноваційних технологій (табл. 2.7). При цьому площі плодово-ягідних насаджень постійно скорочуються (на 23,3 %) внаслідок вибуття старих садів та недостатності інвестицій на закладку нових садів. Автором встановлено, що особливістю аграрної ланки ринкового ланцюга є домінування індивідуального сектору, що об'єднує фермерські й особисті селянські господарства, у виробництві ПЯП: у звітному році на його частку припало 88,1 % державного виробництва ПЯП, решту ніші (11,9 %) зайняли агропідприємства корпоративного сектору [95].

Таблиця 2.7

Базові показники розвитку плодово-ягідного ринку України, тис. т*

Показники	Роки							2019 р. у % до 2011 р.
	2011	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
1. Площа насаджень, тис. га	255	239	235	224	226	228	196	76,7
2. Виробництво ПЯП	1896	1999	2153	2007	2048	2571	2119	111,8
у т.ч. індивідуальний сектор	1635	1723	1809	1732	1790	2150	1868	114,2
у % до виробництва	86,2	86,2	84,0	86,3	87,4	83,6	88,1	X
3. Урожайність, ц/га	84,9	95,2	104,5	101,9	103,1	128,4	108,1	127,3
4. Імпорт ПЯП	901,9	703,3	498,3	609,2	658,5	709,7	700,5	77,7
у % до виробництва	47,6	35,2	23,1	30,4	32,2	27,6	33,1	X
5. Експорт ПЯП, тис. т	105,7	69,8	66,2	83,6	90,6	112,6	132,3	125,1
у % до виробництва	5,6	3,5	3,1	4,2	4,4	4,4	6,2	X
6. Ємність ринку ПЯП	2692	2633	2585	2533	2616	3168	2687	99,8
7. Ступінь відкритості ринку, %	33,5	26,7	19,3	24,1	25,2	22,4	26,1	X

*Розраховано автором за даними Державної служби статистики України.

Аналізуючи дані Державної служби статистики України, у 2019 р. [181] спостерігається позитивна динаміка виробництва сумішів фруктових та овочевих соків порівняно з 2018 роком, в інших показниках відбувається скорочення виробництва, дані представлені в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Виробництво окремих видів продукції в переробці та консервуванні фруктів та овочів за 2014–2019 рр. в Україні, тис. т.

Показник	2010 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення, % 2019/ 2010	Відхилення, % 2019/ 2018
Сік томатний, млн. л	72,4	44,1	44,2	44,2	47,3	45,4	-37,3	-4,0
Сік яблучний, млн. л.	108,0	86,1	74,6	74,0	106,0	101,0	4,7	-6,4
Суміші соків фруктових та овочевих, тис. т	315,0	189,0	187,0	187,0	184,0	189,0	-40,0	2,7
Джем, мармелад, пюре, желе, конфітюри, повидло, варення, з інших плодів і горіхів, піддані тепловому обробленню (крім продуктів гомогенізовани)	59,4	46,1	49,8	44,4	63,2	57,1	-3,9	-9,7

Джерело: таблиця сформовано авторами за даними Державної служби статистики України [180]

В умовах ринкової економіки одне із основних місць належить ціновому механізму. Принципи його регулювання, з одного боку, ба-

зуються на загальнометодологічних засадах, а з іншого, мають суттєві особливості стосовно ринків певних видів продукції. При визначенні маркетингових стратегій підприємств необхідно врахувати закономірності змін цін реалізації продукції.

На ринку плодоовочевої продукції однією з найбільших проблем, що вимагає негайного розв'язку, є ціноутворення.

Розглянемо динаміку цін на овочі, плоди та ягоди в Україні [180]. Протягом 2010–2018 рр. найвищими цінами за всіма каналами реалізації сільськогосподарськими підприємствами спостерігаються у 2018 р.

Аналіз показав, що за 2019 рік ціни реалізації сільськогосподарськими підприємствами збільшились по всіх показниках порівняно з 2018 роком. Ціна на буряк цукровий збільшилась на 0,63%. Картопля - 46,15%, культури овочеві – 1,10%. Ціна на культури плодови та ягідні збільшилась на 28,50%. Більш детальний аналіз представлений на рис. 2.1 [186, 193].

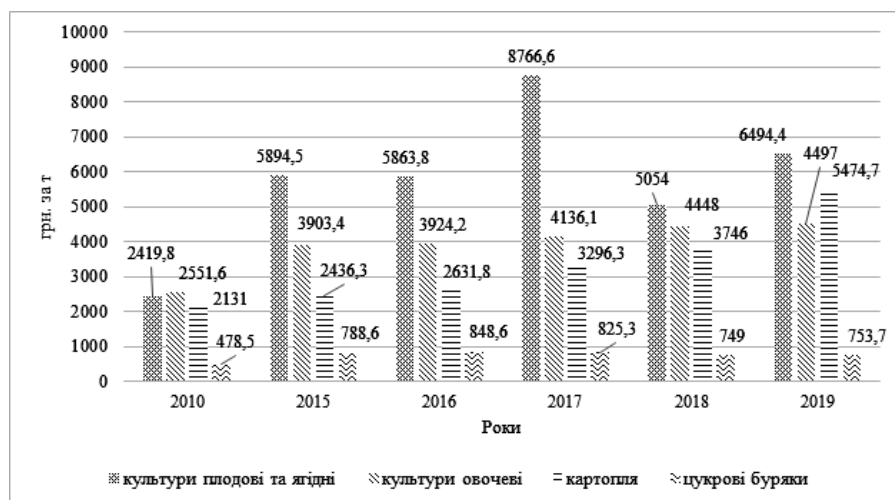


Рис. 2.1. Ціни реалізації основних видів продукції сільськогосподарськими підприємствами України за 2010–2019 рр. в Україні, грн /т

Джерело: сформовано авторами за даними Державної служби статистики України [186, 193]

Загалом середні реалізаційні ціни на культури в аграрних підприємствах за останні роки забезпечували помірний рівень прибутковості виробництва. Рівень рентабельності виробництва основних видів продукції сільськогосподарства у підприємствах України представлений у таблиці 2.9.

З огляду на приєднання України до Програми ЄС «Конкурентоспроможність підприємств малого і середнього бізнесу (2014–2020)», ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств буде суттєво залежати від того, наскільки швидко вони адаптуються до умов ведення бізнесу з країнами ЄС. Адже вітчизняний товаровиробник на досить захищеному європейському ринку повинен мати конкурентні переваги продукції не лише за якістю, а й за ціною [197].

За даними аналізу митної статистики, впродовж 2014–2018 рр. експорт овочів усіх видів у вартісному вимірі зріс майже вдвічі, тоді як їх імпорт суттєво скоротився. У 2017 р. на відміну від 2014 року спостерігалось позитивне сальдо зовнішньоторговельного обігу [186].

В 2019 р. експорт плодів та овочів до країн Європейського Союзу зріс на 19,6 млн дол. (на 11,4%) до попереднього року [122].

Поставки плодів за кордон формуються переважно господарствами населення, які є основними виробниками волоських горіхів (у 2018 р. 99,0%, або 125,9 тис. т), їх експорт у загальній структурі становив 46,4% (41,0 тис. т); поставки яблук до Євросоюзу зросли в 1,8 раза – до 42,4 тис. т. Водночас експорт свіжих овочів знизився з 65 тис. тонн до 55 тис. тонн. Збільшилися лише продажі цибулі (з 14 до 20 тис. тонн) [197].

Таблиця 2.9

Рівень рентабельності виробництва основних видів продукції сільськогосподарства у підприємствах України 2010–2019 рр., %

Показник	Роки						Відхилення, +/- 2019 до 2010	Відхилення, +/- 2019 до 2018
	2010	2015	2016	2017	2018	2019		
Буряк цукровий	16,7	27,7	24,6	12,4	-11,4	-15,4	-32,1	-4,0
Картопля	62,1	24,6	0,6	10,0	6,8	15,4	-46,7	8,6
Культури овочеві	23,5	32,09	15,3	9,9	13,3	19,6	-3,9	6,3
Культури плодіві та ягідні	14,9	58,3	25,0	35,4	6,4	10,7	-4,2	4,3

Джерело: сформовано авторами за даними [177]

Використовуючи розроблені методичні положення, автором проведено оцінку функціонування та розвитку логістичних ланцюгів ринку ПЯП, розраховано головні оціночні індикатори, визначено динаміку їх змін. У звітному році частка доданої вартості у виручці від реалізації продукції склала 53,2 % для плодової та 60,5 % для ягідної продукції, питома вага логістичних витрат у собівартості – 21 % і 15,8 %, частка логістичних витрат у доданій вартості – 10,9 % і 17,5 % відповідно. Аналіз структури доданої вартості плодової продукції (рис. 2.2.) показав, що в 2017 р. головним її елементом був прибуток (34,3 % і 63,4 % відповідно), а в 2018 р. – заробітна плата (44,7% і 42,6 %), що обумовлено, зокрема, скороченням рентабельності виробництва ПЯП у сільгосп підприємствах [95].

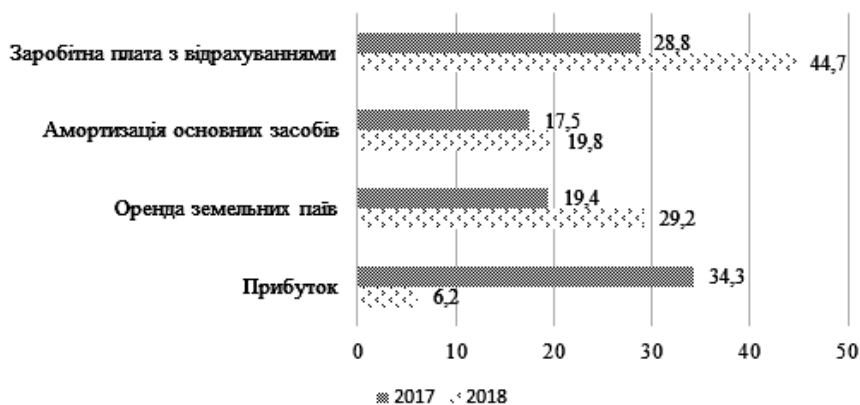


Рис. 2.2. Структура доданої вартості ПЯП у сільгосп підприємствах України, %*

* Розраховано автором за даними Державної служби статистики України

У 2018 р. вартість експортних поставок плодів становила 3,9 млрд. грн., у т. ч. волоських горіхів – 82% (3,2 млн. грн). Це більш ніж у 3 рази, порівняно з 2014 р., що свідчить про динаміку інфляційно-девальваційних процесів (у 2014 р. курс долара США по відношенню до гривні – 11,88 грн, а в 2018 р. – 27,20 грн). Ціна на волоські горіхи зросла у 2018 р. порівняно з 2014 р. в 2,3 рази і становила 77,7 грн /кг (2,8 дол.) [181, 186].

У 2018 р. 46% (19,4 тис. т) яблук реалізовано в Білорусь. Волоські горіхи постачали переважно у Францію, Грецію, Ірак, Туреччину, Азер-

байджан – 58,0% (23,8 тис. т). Частка країн ЄС у вартості експорту за товарною групою 08 – їстівні плоди та горіхи – становила до 33,4% [181].

Імпортні поставки плодів в Україну в 2018 р. (686 тис. т) розширилися порівняно з попереднім роком лише на 7,2% та скоротилися в 1,3 раза порівняно з 2012–2013 рр. Таке зменшення обсягів ввезення відбулося переважно за рахунок цитрусових плодів та бананів. Так, об'єктивно необхідний імпорт (цитрусові, банани, фініки, ананаси) в 2018 р. становив 608 тис. т, а це 85,9% загального імпорту плодів. Його вартість склала 10,5 млрд. грн., або 80,2% вартості всіх імпортних поставок. Однак слід відзначити, що в 2018 р. об'єктивно необхідний імпорт зменшився порівняно з 2012 р. в 1,2 раза, тоді як вартість поставок збільшилася майже в 2 рази [226].

У 2018 році від експорту овочів усіх видів було отримано 235,7 млн. дол. США, тоді як їх імпорт сягав лише 106,2 млн. дол. США. На першому місці за вартістю отриманих валютних надходжень від експорту у сумі майже \$ 154,7 млн стоїть товарна позиція «овочі бобові, сушені, лушені, очищені або неочищені від насінневої оболонки, подрібнені або неподрібнені».

Найбільші обсяги експорту цієї товарної позиції здійснювалися до Індії, Іспанії, Пакистану, Німеччини, Туреччини, Ємену, Польщі та інших країн світу. Наступною за вартістю експорту товарною позицією є «помідори свіжі або охолоджені». Їх обсяг минулого року становив 10,4 млн. дол. США. Здебільшого вітчизняні помідори купували Білорусь, Польща, Республіка Молдова, Латвія, Литва і Швеція [193, 231].

Також досить значні обсяги експорту здійснювалися за такими товарними позиціями, як картопля свіжа або охолоджена, цибуля ріпчаста і цибуля-шалот, часник, капуста головчаста, цвітна, броколі, кольрабі, листовата та аналогічні їстівні овочі роду Brassica свіжі або охолоджені, морква, ріпа, столові буряки, солодкий корінь, редька, селера коренева та аналогічні їстівні коренеплоди свіжі або охолоджені, огірки, корнішони свіжі або охолоджені. Варто відзначити, що купують вітчизняні овочі навіть такі країни, як Польща, Швеція, Німеччина, Італія, Великобританія. Це свідчить про високу конкурентоспроможність виробництва продукції вітчизняної галузі овочівництва та значний потенціал нарощування її експорту [161].

Разом із тим, імпорт овочів займає ще досить високу питому вагу в структурі зовнішньоторговельного обігу. Якщо аналізувати структуру імпорту, то здебільшого це такі ж самі товарні позиції, як і в експорті: помідори свіжі або охолоджені, огірки, корнішони свіжі або охолоджені, цибуля ріпчаста і шалот, часник, капуста головчаста, цвітна, броколі, кольрабі, листовата та аналогічні їстівні овочі роду Brassica свіжі або охолоджені, морква,

ріпа, столові буряки, солодкий корінь, редька, селера коренева та аналогічні їстівні коренеплоди свіжі або охолоджені, овочі (сирі або варені у воді чи на пару), морожені, картопля свіжа або охолоджена [128].

За даними видавництва «Овочі та фрукти», у споживчому кошику українців плоди та ягоди займають практично останнє місце за рівнем відповідності фактичного споживання раціональній (90 кг) та мінімальній (68 кг) нормі [174].

Попит на ці продукти в Україні задовольняється відповідно на 58,7% і 77,6%. Встановлена потреба у плодах і ягодах вітчизняного виробництва для раціонального забезпечення населення України склала 3,5 млн. т. Тобто існує необхідність додаткового формування загальної пропозиції вітчизняних плодів і ягід обсягом до 1,5 млн. т. [197].

За даними Міністерства охорони здоров'я, встановлена норма споживання овочів та фруктів (свіжі, перероблені, заморожені) – 350 грамів овочів та 330 грамів фруктів. Фактичне споживання овочів, фруктів ми можемо побачити в таблиці 2.10.

Аналіз структури споживання овочів та фруктів на душу населення показує, що в країні на частку овочів припадає 70%, а фруктів – 30%.

Ймовірно, що в майбутньому таке співвідношення не зміниться, оскільки це пов'язано з історичними традиціями харчування, рекомендаціями вітчизняної медицини, структурою імпорту плодово-овочевої продукції, необхідністю розширення багаторічних насаджень і багатьма іншими факторами.

Таблиця 2.10

Споживання фруктів та овочів на одну особу в Україні за 2010–2019 рр., кг

Показник	Роки						Відхилення, % 2019/ 2010	Відхилення, % 2019/ 2018
	2010	2015	2016	2017	2018	2019		
Картопля	129,0	138,0	140,0	140,0	139,4	135,6	5,1	-2,7
Овочі та баштанні продовольчі культури	144,0	161,0	164,0	161,0	163,9	167,5	16,3	2,2
Плоди, ягоди та виноград	48,0	51,0	50,0	54,0	57,8	59,2	23,3	2,4

Джерело: таблиця сформована авторами за даними [16]

Розвиток садівництва й овочівництва значною мірою залежить від раціонального використання виробничого потенціалу і, перш за все, землі як головного засобу виробництва.

Як садівництво, так і овочівництво є досить трудомісткими і капіталомісткими галузями. На виробництво плодів потрібно витратити праці у 25–30 разів більше, ніж при вирощуванні зернових культур, а ягідних культур – у 40–50 разів [42].

У плодово-овочевій галузі важливе місце належить сфері переробки та зберігання плодів, ягід і овочів, де позначилася тенденція до зниження питомої ваги сировини, що переробляється.

Аналіз показує, що нинішня система і стан виробництва, зберігання, переробки, транспортування та реалізації плодово-овочевої продукції не повною мірою відповідають умовам споживчого ринку. На етапі «поле-сад» вітчизняна плодово-овочева продукція не поступається і навіть перевершує зарубіжну продукцію за смаковими якостями і споживчими властивостями, однак на момент реалізації вона часто не витримує конкуренції з імпортною за товарним виглядом і асортиментом. У зв'язку з незадовільним зберіганням і транспортуванням нерідко відбувається втрата свіжості продукції, погіршення її якості. Залишаються високі збитки, які становлять більше 40% середньорічного виробництва плодів овочів і ягід.

Державна служба статистики вказує, що в Україні налічується 337 переробних підприємств. Із них менше половини займаються переробкою ягід та фруктів [126].

Ефективність функціонування переробних підприємств стримується великою кількістю взаємопов'язаних внутрішніх питань, серед яких особливо виділяються неефективність системи управління й організації виробництва, високі витрати, неконкурентоспроможність випущеної продукції. У результаті – розвиток негативних фінансово-економічних показників.

Значна частина недоліків переробних підприємств перекладена на виробників плодово-овочевої продукції. За відсутності адекватної ринкової інфраструктури, в більшості випадків, вони використовують своє монопольне становище для заниження закупівельних і завищення реалізованих цін. У селах розвинуто будівництво дрібних примітивних цехів із переробки овочів і фруктів. І це призводить до того, що стан переробної промисловості на теперішній час виявився нестабільним і цю ситуацію варто розглядати в обмеженості з постачальниками плодово-овочевої продукції. В умовах, що склалися, в системі заходів щодо стабілізації і розвитку плодово-овочевої галузі, на наш погляд, важливим є подолання суперечності інтересів сільськогосподарських товаровиробників і підприємств переробної промисловості на основі інтеграції на взаємовигідних умовах.

Після проведення реформ у плодоовочевій промисловості з'явилися негативні тенденції, які призвели до спаду виробництва, зростання споживчих цін на готову продукцію. Цінова, кредитна, податкова та інвестиційна політика негативно вплинули на фінансовий стан підприємств галузі.

За даними Головного управління статистики м. Києва за 2010–2019 рр., на одну особу припадає, в середньому, 10 кг на рік консервованих овочів та баштанних та майже 7 кг фруктів, ягід, горіхів та винограду (рис. 2.3) [182].

За даними Міністерства охорони здоров'я України, цільовий рівень споживання фруктів та ягід становить 300 г на добу або дві порції по 150 г на день. А морожені, консервовані та сушені овочі, фрукти та ягоди є прийнятною альтернативою свіжим та незначно поступаються останнім за харчовою цінністю [163].

В Європі прогнозується зростання споживання консервованих фруктів та овочів. Дослідження, проведене в Німеччині, показало, що жінки вживають 3,1 порції, а чоловіки – 2,4 порції фруктів та овочів на день, а це означає, що 15% жінок та 7% чоловіків відповідають характеристиці «споживання п'ятикратної норми в день» [234].



Рис. 2.3. Споживання консервованої плодово-овочевої продукції на одну особу в Україні за 2010–2019 рр., кг

Джерело: сформовано авторами за даними [181, 184, 186]

В Україні лідерство переробної плодово-овочевої галузі належить таким представникам українських торгових марок, як «ВЕРЕС», «Чумак», «Торчин продукт», «Ніжин», «Руна», «Одеський консервний завод дитячого харчування».

ТМ «Верес» із 1997 р. на ринку, налічує 4 заводи з переробки продукції, запущені сучасні лінії з виробництва соусної продукції. Компанія використовує сучасне високопотужне та енергоощадне обладнання на всіх своїх заводах. Агрокомплекс нараховує 7000 гектарів землі, що повністю забезпечує компанію овочами для консервації.

Компанія «Чумак» національного рівня, на ринку вже 22 роки. Виробничі потужності компанії розташовані безпосередньо на полях, тому всі зібрані овочі вже протягом години можуть бути доставлені на завод для переробки.

Продукція компанії експортується в США, Німеччину, Ізраїль, Прибалтику, Західну Африку, скандинавські країни, Канаду, Корею, Бангладеш.

ПРАТ «Волиньхолдінг» – український лідер із виробництва холодних соусів під торговельною маркою «Торчин», створений у 1994 році. У 2003 р. «Волиньхолдінг» приєднався до Nestle, і це дало велику можливість впровадити автоматизовані виробничі процеси, забезпечити потужну маркетингову підтримку та налагодити нову систему дистрибуції. Продукція повністю сертифікована, відповідає світовим стандартам якості, як стверджує «Волиньхолдінг».

Асортимент продукції Ніжинського консервного заводу нараховує більш ніж 120 позицій. Вся продукція ТМ «Ніжин» виготовляється тільки зі свіжих українських овочів, які були вирощені в літній період. Виробництво оснащено новим обладнанням з-за кордону, найновітнішими лініями з переробки сільськогосподарської продукції. Продукція ТМ «Ніжин» експортується до Азербайджану, Білорусії, Ізраїлю, Казахстану, Канади, Латвії, Молдови, США, Чехії та Естонії.

ПАТ «Луцьк Фудс» – відомий український виробник бакалійної продукції таких торгових марок, як «Руна», «Рідний край», «Срібниця». Спеціалізується на виробництві продуктів харчування, а саме: томатні соуси, пасти, аджики, гірчиці, натурального та столового оцту.

Компанія «Вітмарк-Україна» має широкий асортимент продукції, що включає популярні торгові марки – «Jaffa», «Aquarete», а також сім'ю брендів від Одеського заводу дитячого харчування, який виготовляє «Наш сік», сік прямого віджиму «Прямосік», смузі «Просто фрукти»

та дитяче харчування «Чудо-Чадо». Продукція компанії експортується в більш ніж 20 країн світу.

Найбільшою підгалуззю харчової промисловості є виробництво напоїв. Ринок мінеральних вод, безалкогольних напоїв є доволі насиченим. У таблиці 2.11 наведено дані щодо споживання найпоширеніших видів напоїв населенням України.

Аналізуючи таблицю 2.11, ми бачимо зріст у споживанні соків натуральних, мінеральної газованої води та безалкогольних напоїв. Порівнюючи 2019 р. з 2018 р., споживання фруктових та овочевих соків збільшилось майже на 5%. Споживання мінеральної газованої води збільшилось на 2,8%, споживання безалкогольних напоїв зменшилось на 1,4%. Все ж таки мода на здорове харчування користується попитом в українців, і тенденція до зростання з кожним роком посилюється.

Таблиця 2.11

**Динаміка споживання напоїв в Україні за 2010–2019 рр.,
на одну особу, л**

Показники	Роки						Відхилення, % 2018 до 2010	Відхилення, % 2018 до 2017
	2010	2015	2016	2017	2018	2019		
Споживання соку, л	6,6	6,2	5,7	6,1	6,4	6,7	1,5	4,7
Вода натуральна мінеральна негазована, л	7,6	8,4	10,2	10,4	10,8	11,1	46,1	2,8
Вода натуральна мінеральна газована, л	15,2	17,0	17,1	17,4	17,6	17,6	15,8	0
Безалкогольні напої, л	24,9	25,6	27,7	28,1	28,2	27,8	11,7	-1,4

Джерело: сформовано авторами за даними [180]

Сьогодні конкуренція на українському ринку достатньо висока, налічується майже 400 підприємств-виробників, із них майже 20 – великих [186].

На теперішній час до основних виробників соку, нектарів в Україні належать компанії-лідери: «PepsiCo» – один із найбільших в Україні виробників продуктів харчування і напоїв пропонує споживачам найширший вибір продукції популярних брендів, широкий асортимент продукції, включаючи 22 товарних знаки. Компанія представлена у 200 країнах світу, в ній працюють близько 300 тисяч працівників; СП «Вітмарк-Україна»; «Кока-Кола Україна» – компанія, яка виробляє бренди, котрі знає весь світ: Coca-Cola, Coca-Cola Light, Coca-Cola Zero, Fanta, Sprite, Schweppes, BONAQUA, Rich, Fuzetea. Компанія з обсягом продажу більш ніж 2 мільярди умовних упаковок продукції на рік. Підприємство обслуговує більше 560 мільйонів замовників щорічно.

«Кока-Кола» працює у 28 країнах: Австрії, Кіпрі, Греції, Італії, Ірландії, Швейцарії, Хорватії, Чехії, Естонії, Угорщині, Латвії, Литві, Польщі, Словаччині, Словенії, Вірменії, Білорусі, Боснії та Герцеговині, Болгарії, Македонії, Молдові, Чорногорії, Нігерії, Румунії, Росії, Сербії та Україні.

ТМ «Galicia» виготовляє соки за особливою технологією прямого віджиму без додавання води та цукру, консервантів, барвників чи ароматизаторів. Соки Galicіa можна побачити в магазинах Польщі, Данії, США та Китаю. Також компанія виготовляє натуральне смузі, яке поєднує у собі соки прямого віджиму.

Компанія «PepsiCo» займає 46% загального ринку соків України з такими торговими марками: Sandora, Сандора Ексклюзив, Сандора сік до сніданку, Сандора овочевий коктейль, Миколаївський соковий завод, Бонус, Сандорик.

СП «Вітмарк-Україна» – 26% загального ринку, торгові марки Jaffa, Наш сік, Соковита, Чудо-Чудо, Aquarte. Компанія «Кока-Кола» і «Galicіa» займають 7% і 16% загального ринку соків (рис. 2.4).

Щорічно середньостатистичний житель України споживає 12 л соку. Майже 40% українського населення купують сік кілька разів на тиждень, 25% – кілька разів на місяць, кожного дня – більш ніж 20%, а на свята – 8%. 3% українців взагалі не п'ють соки.

Низьке споживання соків пояснюється тим, що соки вітчизняного виробництва не асоціюються з продукцією високої якості, також через невисокий рівнем достатку населення.

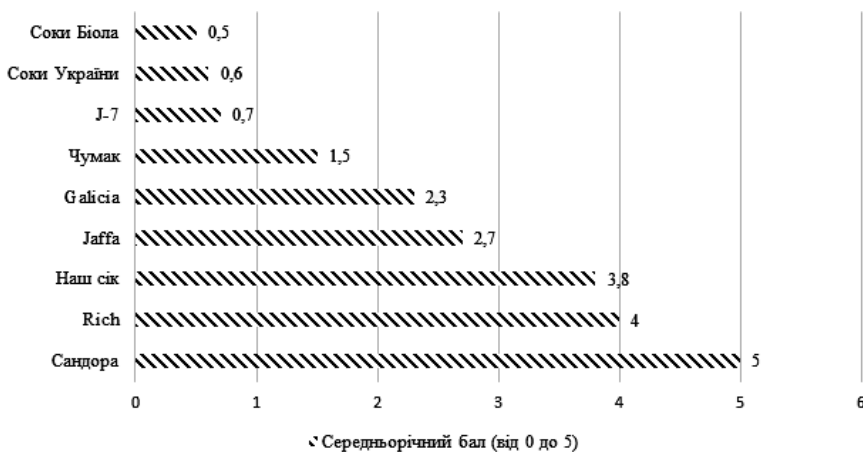


Рис. 2.4 Найпопулярніші напої серед українців за 2019 р.

Джерело: оцінка за даними рейтингу «Фаворити Успіху»

На українському ринку є значна кількість видів соку та нектарів. Головним лідером ринку соків є ТМ «Сандора», що входить до складу компанії «PepsiCo». Успіх компанії полягає у високій якості продукції, а також у використанні найсучаснішого обладнання у виробництві. Частка компанії на ринку в Україні складає 49%. Компанія «Вітмарк-Україна» – серед найбільших українських виробників нектарів і соковмісних напоїв. Підприємство «Ерлан» спеціалізується на виробництві лікувально-столової води «Знаменівська», столової води «Два океани», соковмісних напоїв «Вітамікс» і «Біола», продукція на основі цукрозамінника «Джага», а також напоїв «ICE Кола» та «Квейк».

В Україні джем не дуже популярний продукт, але на полицях у супермаркетах представлений у досить великому асортименті. Джем – це продукт, одержаний із цілих або дрібних шматків фруктів, ягід та деяких овочів, уварених у цукровому або цукрово-патоковому сиропі до желеподібної консистенції. У готових якісних джемах не зберігається форма плодів, оскільки вони повністю розварюються. Споживач джему, в основному, – це житель міста із середнім або вище середнього рівнем доходу. В основному споживання джему припадає на зимовий період, ніж на літній. Для підприємств, які виготовляють джеми для начинок у морозиво, випічки, йогурти, сезонність менш важлива.

За даними Державної служби статистики України, за 2018 р. було виготовлено джемів, желе фруктових та паст 1,4 кг на одну особу. Порівняно з 2014 р. виробництво у 2017 р. зменшилось на 14,29% [181].

Лідерами на ринку плодово- та овочепереробного виробництва є такі компанії:

1. «Верес». Компанія на ринку України з 1997 року. Асортиментний ряд нараховує 100 найменувань продукції. Джеми представлені таких видів: персиковий, полуничний і абрикосовий, вишневий конфітур та декілька варіантів фруктів із цукром у дой-паках.
2. «Дари ланів». Торговельна марка, яка випускається на ПрАТ «Могилів–Подільський консервний завод». Підприємство самостійно вирощує овочі та фрукти для своєї продукції. ТМ «Дари ланів» випускає більш ніж 80 найменувань продукції. Виготовляє 4 види джемів: вишневий, смородиновий, абрикосовий та полуничний.
3. «Шафран Еліт». Компанія на ринку України з 2008 р. Основний напрямок діяльності компанії ТОВ «Шафран Еліт» – це виробництво і реалізація топінгів, джемів, наповнювачів і сиропів для кондитерського, молочного та хлібобулочного виробництва.
4. «Тотал». Компанія «Тотал» успішно працює на ринку з 2000 р. ТМ «Еммі» виробляє і реалізує смакові та плодово-ягідні наповнювачі зі шматочками фруктів (джеми), а також гомогенної консистенції (пюре, уварка), желе для молочної, кондитерської та хлібобулочної промисловості, для виробництва морозива. Також компанія виробляє сиропи і топінги для кафе, барів, ресторанів (сфера HoReCa), які незамінні при приготуванні різних коктейлів і шейків, прикрас страв, поливання до морозива.
5. «Пані Крістіна». Компанія існує із 1997 р., випускає продукцію під 3 торговими марками. У 2012 р. була придбана нова лінійка обладнання, після чого почався випуск джемів і соків. ТМ «Holiday» випускає 7 різновидів джемів та повидел: повидло яблучне, джем абрикосовий, вишневий, полуничний, яблучно-грушевий, персиковий та гарбузовий. Має три напрямки діяльності. Однією із них є закупка та переробка ягід та фруктів, виробництво джемів і наповнювачів для кондитерських виробів.
6. «Корисна Кондитерська». «Стевіасан корпорейшн» – національний виробник продуктів здорового харчування на основі екстрактів стевії власного виробництва. Компанію було засновано у 1993 році. Протягом більше ніж 20 років компанія виготовляє 100% на-

туральні цукрозамінники з лікувальними властивостями, фіточаї, кондитерські вироби під власними торговельними марками «СТЕ-ВІЯСАН» та «Корисна Кондитерська». ТМ налічує 7 різновидів джемів: джем із лохини, смородини, малини, полуниці, вишні, чорниці, абрикосів.

Аналіз брендового агентства «KOLORO» показав, що 50% асортименту переробленої плодово-овочевої продукції у номенклатурі супермаркетів посідають імпорتنі джеми. Їх цінова політика, порівняно з українською продукцією, вища та відрізняється оригінальним дизайном. Головною перевагою є широка різноманітність смаків і добавок. Багато іноземних джемів, таких як St.Dalfour (французький), Bioitalia (італійський), SCHNEEKOPPE (німецький), Helios (грецький), JimJams і Wilkin&Sons (британські) не використовують цукор. На полицях в українських супер- та гіпермаркетах можна придбати такі імпорتنі джеми, як французькі сертифіковані органічні джеми «Jardin bio» та джеми традиційних рецептів «Vonne Maman»; ізраїльські джеми з низьким вмістом цукру «Nadagom»; грецькі традиційні конфітюри «Золоте Яблуко»; грузинські джеми «Kula», великий асортимент джемів, серед яких є кошерна та діабетична лінійка; польські «Helcom», німецький «Zorbiger» та австрійські (рис. 2.5.).

Застосування режиму поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС сприяє змінам у нашій країні у правовому та адміністративному режимі експорту вітчизняної продукції рослинництва на ринок країн ЄС у рамках положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС [197].

За даними Укрінформ, імпорт ягід країнами Європейського Союзу потроївся за останні п'ять років і продовжує зростати. Значні обсяги ягід вирощуються у країнах ЄС, проте попит на цю продукцію залишається суттєво вищим, ніж власне виробництво [126].

Профільна асоціація «Український клуб аграрного бізнесу» повідомляє, що експорт ягід, фруктів та горіхів країн ЄС-28 з України у підготовленому вигляді стрімко зростав із 2014 року до 39,4 тис. т у 2017 році. Поставки за перше півріччя у 2018 році становили 16,7 тис. т, що в 1,8 раза вище, ніж аналогічний показник 2017 року і в 3,5 раза більше, ніж у 2014 році, – 4,7 тис. т.

За сім місяців 2017 року найбільше з України до ЄС експортували суниці та полуниці підготовленої – 34,2% на 3,15 млн. дол. США, малини, ожини, шовковиці, смородини – 65,8% на 6 млн дол. США [186].

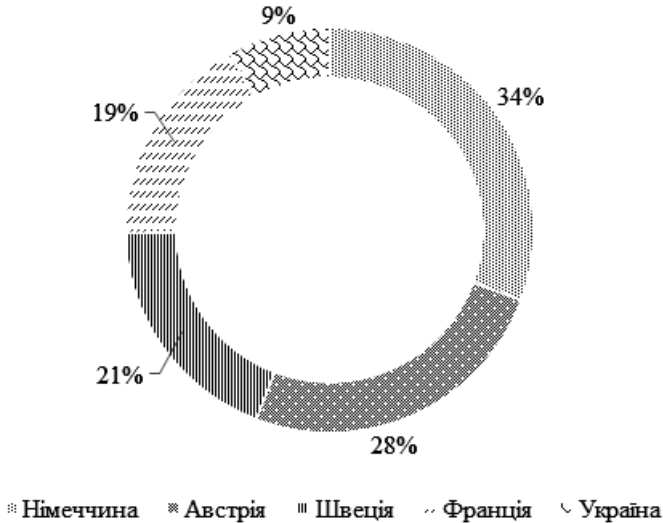


Рис. 2.5 Основні імпортери ринку джемів в Україні у 2019 р.

Джерело: сформовано автором за даними [197]

За останні роки українські підприємства наростили експорт полуниці в ЄС з 442 тис. дол. США в 2014 році до 1,3 млн дол. США у минулому році. За перше півріччя 2018 року обсяг полуниці у грошовому виразі склав 1,45 млн. дол. США і за рік може перевищити 2 млн. дол. США [162].

Вартість експорту ожини, малини, смородини, бузини, порічок теж стрімко зросла з 1,2 млн дол. США у 2014 році до 14,5 млн дол. США. Темпи зростання залишаються такими ж стрімкими у 2018 році. За перше півріччя 2018 року експорт цих видів ягід становив 5,4 млн дол. США, що у 2,16 рази перевищує показники аналогічного періоду 2017 року (2,5 млн дол. США). Ці показники перевищують п'ятирічні у 10 разів (533 тис. дол. США) [222].

Аналіз продемонстрував, що на плодово-овочевому ринку виробництва країни йде жорсткий бій, і маневри та заходи суперників на цьому ринку можуть змінити лідера одного на іншого. Переможцями в такому нелегкому стані будуть ті компанії, які зуміють зменшити свої витрати та зосередитися на тому асортименті продукції, яка є найбільш рентабельною і забезпечить стабільність компанії в умовах кризи.

Основним чинником підвищення ефективності виробництва плодово-овочевої продукції має стати зміцнення матеріально-технічної бази підприємств, легкість збуту готової продукції неплатоспроможному населенню у вигляді зниження ціни, зниження імпорту плодово-овочевої продукції, добре налагоджений маркетинг, завдання якого – підвищення інтересу робітників у продуктивному застосуванні ресурсів та поліпшення стану реалізації продукції, розвиток інфраструктури ринку, організація реклами.

2.3. Аналіз ефективності функціонування підприємств плодово-овочівництва Вінниці та Вінницької області

Сьогодні Вінницька область є одним із провідних центрів розвитку садівництва в Україні [38]. Доречно зауважити, що за останні роки все більше валового збору овочів, плодів та ягід припадає саме на господарства населення, де виробництво ґрунтується переважно на ручній праці, а тому собівартість її у 1,5–2 рази вища, ніж на сільськогосподарських підприємствах. Це вимагає значних затрат праці і коштів, а реалізувати плодово-овочеву продукцію складніше, порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами, бо значна частка вирощених культур швидко псується, погано транспортується на великі відстані та має підвищені вимоги до таропакувальних матеріалів [56].

Виробництво та урожайність плодів, ягід та овочів за період 2010–2019 рр. у Вінницькій області представлені в таблиці 2.12 [181, 186].

У 2019 р. валовий збір та урожайність як фруктів, так і овочів збільшилися у Вінницькій області порівняно з попередніми роками, це свідчить про позитивну динаміку.

За даними моніторингового звіту «Цілі сталого розвитку: Україна 2019», споживання овочів у розрахунку на одну особу у Вінницькій області у 2018 р. становить 167,2 кг/рік, що на 2,17% нижче ніж у 2017 р. Споживання фруктів у Вінницькій області збільшилось на 7,56%, у 2018 – 62,6 кг/рік на одну особу та 58,2 кг/рік у 2017 році.

Середні ціни продукції сільського господарства, реалізованої підприємствами Вінницької області за період 2010–2019 рр., представлений у таблиці 2.13.

Таблиця 2.12

**Виробництво та урожайність плодів, ягід та овочів
Вінницької області за період 2010–2018 рр.**

Роки	плоди, ягоди		овочі		плоди, ягоди		овочі	
	Виробництво, тис. грн.	Відхилення (+,-)	Виробництво, тис. грн.	Відхилення (+,-)	Урожайність, ц/ га площі збору	Відхилення (+,-)	Урожайність, ц/ га площі збору	Відхилення (+,-)
2010	177,0	98,0	311,0	171,0	78,2	40,8	196,0	35,6
2014	275,0	31,0	482,0	-11,0	119,2	23,1	231,6	14,6
2015	243,0	63,0	457,0	14,0	101,9	40,4	221,3	4,3
2016	292,0	14,0	460,0	11,0	121,5	20,8	221,2	-4,2
2017	302,0	4,0	467,0	4,0	126,8	15,5	229,8	-12,8
2018	306,0	-72,0	471,0	-27,0	142,3	-39,1	217,0	-4,0
2019	234,0	-	444,0	-	103,2	-	213,0	-

Джерело: сформовано автором за даними [181, 186]

Таблиця 2.13

**Середні ціни продукції сільського господарства, реалізованої
підприємствами Вінницької області за період 2010–2019 рр., грн. за т**

Показник	Роки						Відхилення (+,-)) 2019 до 2010	Відхилення (+,-)) 2019 до 2017
	2010	2015	2016	2017	2018	2019		
Буряк цукровий фабричний	385,0	660,3	699,8	826,3	799,9	791,1	406,1	406,1
Картопля	2139,9	2837,0	1740,1	1903,7	2131,2	к	-	-
Культури овочеві	2987,7	8548,0	8174,2	12047,3	10200,0	17952,9	14965,2	7752,9
Культури плодові та ягідні	2092,4	4546,9	4896,0	7680,1	4550,1	5488,4	3396,0	938,3

**к – дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації.*

Джерело: сформовано автором за даними Головного управління статистики у Вінницькій області [181, 186]

У 2010–2018 роках відбулось будівництво 3 фруктосховищ загальною потужністю 5,1 тис. тонн (Піщанський, Тульчинський та Ямпільський райони) та 2 овочесховища потужністю 4,5 тис. тонн (Липовецький та Літинський райони) [38, 72].

Таблиця 2.14

Виробництво овочевих і фруктових консервів у Вінницькій області за 2010–2019 рр., т

Різновид продукції	Роки						Відхилення (+,-) 2019 до 2010
	2010	2015	2016	2017	2018	2019	
Овочі консервовані натуральні	1180,0	1532,0	1056,0	1274,0	1384,0	3577,0	2397
Джеми, желе, фруктові пюре, пасти	25679,0	22753,0	20327,0	21642,0	22035,0	26905,0	1226
Соки фруктові та овочеві нектари	59652,0	56318,0	32985,0	40156,0	41898,0	к	-

*к – дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації.

Джерело: сформовано автором за даними Головного управління статистики у Вінницькій області [180, 185]

Проаналізувавши статистичні дані, спостерігаємо спад обсягів виробництва плодово-овочевих переробних підприємств Вінницької області. Така ситуація виникла у зв'язку з нестабільною економічною ситуацією в Україні. Державна підтримка вітчизняного виробництва, оновлення асортименту, випуск продукції за оновленим технологічним обладнанням та неплатоспроможність населення є одним із основних факторів, які мають негативний вплив.

Серед плодопереробних підприємств Вінниці та Вінницької області лідерами, звичайно, є такі підприємства, як ТОВ «Агрона Фрут Україна», ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика», ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ», ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод».

Саме вони є провідниками в плодопереробних підприємствах, які функціонують на ринку протягом тривалого часу.

Особливості сформованого рівня і структури витрат підприємства досить повно виявляються в результаті аналізу їхньої фінансової звітності, тобто виявлення взаємозв'язків і взаємозалежностей між різними показниками їхньої фінансово-господарської діяльності.

В умовах ринку кінцевою метою підприємства є отримання прибутку – інтегрованого результату фінансової та виробничо-господарської діяльності підприємства. Голова підприємства, керуючи вартісними потоками, орієнтується на прибуток при обов'язковому дотриманні фінансової рівноваги. При цьому виникає необхідність оцінки оснащеності підприємства фінансовими засобами (капіталом) і виявлення ефективності використання матеріальних засобів і майна. Для того, щоб із більшою об'єктивністю оцінити становище підприємств консервного виробництва Вінниці та Вінницької області, в якості об'єктів дослідження були обрані чотири підприємства, відмінні за номенклатурою випущеної продукції, розмірами виробничих потужностей, структурою активів і з іншими характеристиками, про які йтиметься протягом подальшого аналізу.

Для того, щоб з'ясувати, наскільки ефективно використовували підприємства свої основні засоби, ми провели аналіз, який представлений у таблиці 2.15.

ТОВ «АгрANA Фрут Україна» спеціалізується на переробці фруктів, ягід і включає в себе повний цикл робіт: від вирощування і заготовки сировини до переробки випуску готової продукції. У м. Вінниці ТОВ «АгрANA Фрут Україна» має завод із виробництва фруктових наповнювачів, завод із виробництва концентрованих фруктових соків та промисловий майданчик із вирощування фруктів та ягід. Виробничі потужності розташовані в безпосередній близькості від клієнтів, щоб забезпечити максимальну свіжість та якість продукції.

Результати фінансово-господарської діяльності ТОВ «АгрANA Фрут Україна» в абсолютному вираженні відображено в Додатку А.

У свою чергу, аналіз показників рентабельності ТОВ «АгрANA Фрут Україна» представлений в таблиці 2.16.

Таблиця 2.15

Ефективність використання основних засобів досліджуваних підприємств Вінницької області за 2015–2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення (+,-) 2019/2015
	2015	2016	2017	2018	2019	
<i>ТОВ «Агрона Фрут Україна»</i>						
Фондовіддача, грн.	28,04	30,62	17,81	11,96	8,14	-19,90
Фондомісткість, грн.	0,04	0,03	0,06	0,08	0,12	0,08
<i>ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»</i>						
Фондовіддача, грн.	4,90	7,21	7,48	5,66	6,97	2,07
Фондомісткість, грн.	0,41	0,14	0,13	0,18	0,14	-0,27
<i>ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ»</i>						
Фондовіддача, грн.	1,35	0,01	0,35	-0,20	0,69	-0,66
Фондомісткість, грн.	0,74	99,5	2,82	-4,93	1,15	0,41
<i>ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод»</i>						
Фондовіддача, грн.	0,28	1,73	0,41	-1,00	0,78	0,50
Фондомісткість, грн.	0,30	0,58	2,45	-1,00	1,28	0,98

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваних підприємств

У 2019 р. порівняно з 2015 р. виручка від реалізації продукції зросла майже на 80%. Собівартість реалізованої продукції у 2019 р. збільшилась майже вдвічі порівняно з 2015 р.: 424799 тис. грн. у 2015 р. та 764427 тис. грн. у 2019 р.

У 2016 р. сума валового прибутку становила 228950 тис. грн. У 2017 р. сума валового прибутку становила 227751 тис. грн., в 2018 р. становила 316765 тис. грн., а у 2019 р. відбулося скорочення на 35% і становила 205281 тис. грн. Загалом це свідчить про досить ефективний контроль за собівартістю продукції.

У 2015 р. сума витрат на збут становила 7629 тис. грн., що свідчить про збільшення витрат на збут на 360% порівняно з наступним

роком. Витрати на збут вкрай необхідні для просування продукції, нарощування обсягу продажу. У 2019 р. спостерігається зменшення суми витрат на збут на 19%, які склали 28554 тис. грн. порівняно з 2016 р.

Таблиця 2.16

Аналіз показників рентабельності ТОВ «АгрANA Фрут Україна» за 2015–2019 рр., %

Показники	Роки					Відхилення (+,-) 2019/2015
	2015	2016	2017	2018	2019	
Рентабельність активів	29,62	20,83	18,96	36,62	12,91	-16,71
Рентабельність власного капіталу	30,98	21,65	20,16	10,56	17,53	-13,45
Рентабельність основних засобів	268,51	212,0	177,64	65,26	1161,05	892,54
Рентабельність діяльності	35,01	22,33	18,57	6,84	62,28	27,27

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваних підприємств

Спостерігається приріст суми адміністративних витрат у 2019 р. на 11,80% порівняно з 2017 р. У 2018 р. сума адміністративних витрат становила 53133 тис. грн.

У 2019 р. сума фінансового результату від операційної діяльності становила 128995 тис. грн., що на 22,5% менша, ніж в 2017 р. Але, незважаючи на це, позитивне значення показника свідчить про ефективну основу діяльності підприємства, яка здатна генерувати прибуток (Додаток А).

ТОВ «АгрANA Фрут Україна» сформувало чистий фінансовий результат: у 2015 р. становив 152537 тис. грн., у 2016 р. – 161595 тис. грн. Суми чистого прибутку у 2017 і 2018 рр. становили 1149039 тис. грн. і 70468 тис. грн. відповідно. У 2019 р. сума чистого прибутку – 105487 тис. грн.

Основними видами продукції ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» є хрін, спеції та приправи, кетчуп, гірчиця, каші миттєвого приготування, подушечки неглазуровані, текстуроване борошно, квас,

безалкогольні напої. Реалізують свою продукцію оптово торговельним підприємствам та супермаркетам.

Фінансово-господарський аналіз діяльності підприємства ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» за п'ять років (з 2015 р. по 2019 р.) показав, що з кожним роком є позитивна динаміка (Додаток Б).

Аналіз показників рентабельності ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» представлений в таблиці 2.17.

Чистий дохід від реалізації продукції за період з 2015 р. по 2019 р. зріс майже вдвічі, що становить 159083 тис. грн., а собівартість реалізованої продукції збільшилась на 65701 тис. грн. Як результат, діяльність підприємства підвищилась, так як темп зміни виручки від реалізації прискорював темп зміни собівартості реалізованої продукції.

Таблиця 2.17

Аналіз показників рентабельності ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» за 2015–2019 рр., %

Показники	Роки					Відхилення (+,-) 2019/2015
	2015	2016	2017	2018	2019	
Рентабельність активів	15,64	20,25	14,51	12,42	42,85	27,21
Рентабельність власного капіталу	18,87	20,25	17,72	15,82	20,99	2,12
Рентабельність основних засобів	43,35	60,26	52,45	42,49	47,41	4,06
Рентабельність діяльності	17,20	8,54	7,82	6,64	47,33	30,13

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваних підприємств

При здійсненні всіх видів діяльності в кінці 2019 р. ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» отримало прибуток у розмірі 13110 тис. грн. і, по суті, джерело поповнення власних коштів. За період аналізу підприємство отримало чистого прибутку вдвічі більше – на 6662 тис. грн., це свідчить про джерело поповнення оборотних коштів: 2015 р. – 6448 тис. грн., а 2018 р. – 9412 тис. грн. Фінансові результати діяльності підприємства представлені в Додатку Б.

ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» займається виробництвом зефіру, мармеладу, цукерок, тортів та інших кондитерських виробів, яблучного концентрованого соку, яблучного пюре, яблучного повидла, хлібного квасу (в літній сезон).

Розглянемо загальний аналіз фінансового стану ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ». У 2019 р. порівняно з 2015 р. виручка від реалізації продукції знизилась на 16513 тис. грн. Собівартість реалізованої продукції у 2019 р. зменшилась на 73,83% порівняно з 2015 р.

У 2015 р. сума валового прибутку становила 3178 тис. грн. (Додаток В). У 2019 р. сума валового прибутку склала 1107 тис. грн. Таке значення показника свідчить про не зовсім плідний контроль за собівартістю продукції. У 2019 р. витрати на збут становлять 1601 тис. грн., що майже в 4 разів збільшились порівняно з 2015 р., які склали 361 тис. грн. Задля збільшення обсягів продажу витрати на збут є доволі необхідними для просування продукції. Фінансовий результат від операційної діяльності зменшився у 2019 р. порівняно з 2015 р.: зі 987 тис. грн. у 2015 р. до 325 тис. грн. у 2019 р., це означає, що підприємство не має високої ефективності операційного процесу. Більш розгорнуті дані представлені в Додатку В.

У свою чергу, аналіз показників рентабельності ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» відображений в таблиці 2.18.

Таблиця 2.18

Аналіз показників рентабельності ТОВ «Солодка мрія - Вінниця» за 2015–2019 рр., %

Показники	Роки					Відхилення (+,-) 2019/2015
	2015	2016	2017	2018	2019	
Рентабельність активів	6,03	0,04	1,01	-0,63	0,93	-5,10
Рентабельність власного капіталу	75,93	0,37	8,63	-7,45	7,03	-68,9
Рентабельність основних засобів	11,85	0,08	2,35	-1,28	0,08	-11,77
Рентабельність діяльності	6,49	0,04	1,49	-2,02	0,88	-5,61

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваних підприємств

Основними видами продукції ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» є ікра кабачкова, зелений горошок, огірки консервовані, томати консервовані, асорті овочево, перець маринований, томатний сік, томатна паста, соуси, компоти, варення, джеми, соки, соки для дитячого харчування, солод, консерви м'ясні, крупа.

Фінансово-господарський аналіз показав нестабільність діяльності підприємства за п'ять років: з 2015 р. по 2019 р. (Додаток Д). Чистий дохід від реалізації продукції за період з 2015 р. по 2019 р. зріс на 16,36%, а собівартість реалізованої продукції збільшилась на 20,24%. На початку досліджуваного періоду чистий дохід від реалізації продукції становив 131208 тис. грн., у 2019 році – 152671 тис. грн.

Що стосується собівартості реалізованої продукції, її загальна сума у 2015 р. становила 108102 тис. грн, у 2019 р. – 129983 тис. грн. Валовий прибуток зменшився на 1,81%: у 2015 р. він становив 23106 тис. грн., у 2019 р. – 22688 тис. грн. Це свідчить про результативне контролювання за собівартістю продукції. Усі фінансові результати цього підприємства представлені в Додатку Д.

Однак аналіз показників рентабельності ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» представлений в таблиці 2.19.

Таблиця 2.19

Аналіз показників рентабельності ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод», за 2015–2019 рр.,%

Показники	Роки					Відхилення (+,-) 2019/2015
	2015	2016	2017	2018	2019	
Рентабельність активів	139,89	24,00	0,89	-1,20	19,39	-120,5
Рентабельність власного капіталу	139,89	24,00	4,11	-11,80	29,05	-110,84
Рентабельність основних засобів	28,58	14,13	3,49	8,56	24,06	-4,52
Рентабельність діяльності	5,45	1,74	0,57	1,11	19,41	13,96

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваних підприємств

Наявність власних обігових коштів дозволяє підприємству проводити гнучку фінансову політику. Також знижується потреба в позикових коштах, у тому числі і короткострокових, що позитивно позначається на фінансовій стійкості підприємства. Результати аналізу фінансової стійкості аналізованих підприємств: ТОВ «Агрона Фрут Україна», ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика», ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ», ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод», представлені в таблиці 2.20.

Коефіцієнт фінансової автономії (незалежності) на всіх підприємствах коливався. ТОВ «Агрона Фрут Україна» – показник автономії становить у 20189 році 0,17. ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» – у 2019 р. цей показник 0,02, а у 2014 р. – 0,83. Середнє значення коефіцієнту автономії має ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ», він становить 0,09 у 2019 р. Такий самий показник у ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод», він становить 0,09. Це означає, що низьке значення показника сигналізує про високий рівень ризиків і низьку стійкість компанії у перспективі.

Коефіцієнт фінансової залежності – зворотний показнику автономії. Нормативне значення коефіцієнта фінансової залежності у 2019 р. на підприємствах дуже коливається.

На підприємствах ТОВ «Агрона Фрут Україна» та ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» на кожну гривню власних коштів припадає 1,33 та 1,21 відповідно. А на підприємствах ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» та ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» на кожну гривню припадає 10,64 та 11,20.

У 2019 р. на кожну гривню пасивів припадає 0,25 грн. зобов'язань підприємства ТОВ «Агрона Фрут Україна», 0,20 грн. – підприємства ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика», 0,93 грн. – підприємства ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» і 0,91 грн. – підприємства ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод». Аналізуючи ці дані, ми бачимо, скільки зобов'язань припадає на сукупний обсяг пасивів.

У 2015 р. власні фінансові ресурси не використовувались для фінансування обігових коштів жодним підприємством. У 2019 році значення показника ТОВ «Агрона Фрут Україна» становить 0,17, ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» – 0,07, тобто на кожну гривню оборотних коштів припадає 0,17 і 0,07 гривень власних оборотних коштів. Не можна сказати і про позитивні результати підприємств ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» і ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод», їхні показники менше 0.

Коефіцієнт фінансової стійкості зважає не тільки на власний капітал, але і на довгострокові зобов'язання та характеризує рівень фінансової стабільності в перспективі більше 1 року. У 2019 р. значення показників у досліджуваних підприємствах коливаються. На підприємстві ПрАТ «Ві-

Таблиця 2.20

Показники фінансового стану підприємств плодово-овочевій галузі Вінниці та Вінницької області за 2015–2019 рр.

Показники	ТОВ «Агрона Фрут Україна»		Відхилення (+, -)		ВАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»		Відхилення (+, -)		ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ»		Відхилення (+, -)		ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод»		Відхилення (+, -)	
	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019
Коефіцієнт фінансової автономії (незалежності)	0,96	0,17	0,83	0,02	-0,79	-0,81	0,09	0,09	0,04	0,01	0,09	0,08	0,01	0,09	0,01	0,08
Коефіцієнт фінансової залежності	1,05	1,33	1,21	0,80	0,28	-0,41	0,80	0,80	-8,23	85,41	11,20	-74,21	85,41	11,20	85,41	-74,21
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,04	0,25	0,17	0,20	0,21	0,03	0,20	0,20	-0,02	0,99	0,91	-0,08	0,99	0,91	0,99	-0,08
Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування)	21,39	3,01	4,73	4,01	-18,38	-0,72	4,01	4,01	0,04	0,01	0,10	0,09	0,01	0,10	0,01	0,09
Показник фінансового левериджу	0,05	0,33	0,21	0,25	0,28	0,04	0,25	0,25	-8,02	84,41	10,20	-74,21	84,41	10,20	84,41	-74,21
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,96	0,76	0,83	0,80	-0,20	-0,03	0,80	0,80	0,88	0,01	0,91	0,90	0,01	0,91	0,01	0,90
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,77	0,71	0,48	0,57	-0,06	0,09	0,48	0,57	5,30	0,00	-0,76	-0,76	0,00	-0,76	0,00	-0,76
Маневреність робочого капіталу	0,32	0,58	0,37	0,39	0,26	0,02	0,39	0,39	-0,57	0,00	-5,50	-5,50	0,00	-5,50	0,00	-5,50
Маневреність власних оборотних коштів	0,44	0,17	0,08	0,07	-0,27	-0,01	0,08	0,07	-0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	0,94	0,68	0,69	1,00	0,26	0,31	0,69	1,00	-1,87	0,00	-0,08	-0,08	0,00	-0,08	0,00	-0,08

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваних підприємств

ницька харчосмакова фабрика» в найближчій перспективі ризик недостатності фінансування для продуктивного здійснення діяльності відсутній. Що стосується підприємств ТОВ «Агрона Фрут Україна», ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» і ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод», значення на 2019 рік все одно нижче від нормативного.

Значення показника ліквідності у підприємств ТОВ «Агрона Фрут Україна» у 2019 р. вищий за норму та становить 3,20, що свідчить про здатність підприємства погасити всі свої зобов'язання протягом року і на кожну гривню поточних зобов'язань припадає 3,20 грн. оборотних активів. У підприємства ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» цей показник становить 3,03, що теж є вищим за нормативне значення. Інша ситуація у підприємств ПрАТ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» і ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод», показники ліквідності нижче норм і становлять 0,32 і 0,93 відповідно (таблиця 2.21).

Показник швидкої ліквідності у 2019 р. підприємства ТОВ «Агрона Фрут Україна» вищий за нормативне значення і становить 1,95, підприємства ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» – 2,42, а ПрАТ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» і ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» становить -0,03 і 0,52, що свідчить про нездатність підприємств швидко погасити поточні зобов'язання.

Так як значення показника співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості у 2019 р. підприємств ПрАТ «СОЛОДКА МРІЯ–ВІННИЦЯ» і ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» менше 1, це означає, що підприємства отримують більше фінансових ресурсів у формі кредиторської заборгованості, ніж направляють формування дебіторської заборгованості. Політика управління кредиторсько-дебіторською заборгованістю підприємств ТОВ «Агрона Фрут Україна» і ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» була ефективною, адже на кожну гривню кредиторської заборгованості припадає 1,85 грн. і 3,90 грн. дебіторської заборгованості відповідно.

Життєдіяльність підприємства багато в чому залежить саме від того, якою мірою забезпечена фінансова віддача ресурсів та наскільки досягається рівень прибутковості в процесі формування витрат. Співвідносити витрати і доходи – головне завдання кожного учасника господарської діяльності.

У ТОВ «Агрона Фрут Україна» за 2015–2019 рр. ми бачимо, що коефіцієнт співвідношення витрат 1,18; 2,48 – у підприємства ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика». У ПрАТ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» він становить 0,41; 1,19 – у підприємства ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод». Розгорнуті розрахунки факторного аналізу рентабельності підприємств представлені в Додатках Е, Ж, З, И.

Таблиця 2.21
Динаміка показників ліквідності підприємств Вінниці та Вінницької області за 2015–2019 рр.

Показники	ТОВ «Агрона Фрут Україна»				ВАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»				ПрАТ «СОЛЮДКА МРІЯ – ВІННИЦІЯ»				ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод»			
	2015 р.	2019 р.	Відхилення, +/- 2019 до 2015	Відносне відхилення, % 2019 до 2015	2015 р.	2019 р.	Відхилення, +/- 2019 до 2015	Відносне відхилення, % 2019 до 2015	2015 р.	2019 р.	Відхилення, +/- 2019 до 2015	Відносне відхилення, % 2019 до 2015	2015 р.	2019 р.	Відхилення, +/- 2019 до 2015	Відносне відхилення, % 2019 до 2015
Коефіцієнт ліквідності поточної (покриття)	21,68	3,20	-18,48	-85,24	3,26	3,30	0,04	1,23	0,19	0,32	0,13	68,42	0,77	0,93	0,16	20,78
Коефіцієнт ліквідності швидкої	15,13	1,95	-13,18	-87,11	2,43	2,42	-0,01	-0,41	0,20	-0,03	-0,17	-121,43	0,48	0,52	0,04	8,33
Коефіцієнт ліквідності абсолютної	8,93	0,36	-8,57	-95,97	0,19	0,17	-0,02	-10,53	0,01	0,00	-0,01	-100	0,00	0,00	0,00	0,00
Співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості	5,44	1,85	-3,59	-65,99	2,58	3,90	1,32	51,16	0,54	0,08	-0,46	-85,19	0,75	0,62	-0,13	-17,33

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваних підприємств

РОЗДІЛ 3

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО- ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОЇ ГАЛУЗІ

3.1. Розробка і впровадження раціональної маркетингової структури підприємств плодово-овочевої галузі

Розвиток переробної промисловості визначається безліччю факторів. Це інноваційна політика, зв'язки з громадськістю, робота з персоналом і багато інших. Не є винятком і маркетинг. Цей фактор є одним із основних двигунів підприємств до економічного благополуччя.

Розвиток маркетингової діяльності на сучасному етапі переслідує безліч проблем. Однією із таких проблем є раціоналізація організації взаємодії підприємств галузі з малим сільським бізнесом на предмет надання їм маркетингових послуг. На нашу думку, одні з них розраховані на маркетингове обслуговування всіх категорій постачальників, що абсолютно не потрібно, оскільки сільськогосподарські підприємства, посередники та інші великі постачальники теж добре обізнані про умови ринків збуту. Що ж стосується об'єднання малих сільськогосподарських товаровиробників у кооперативи, реорганізації підприємств або створення спеціального відділу силами одного підприємства і все для того, щоб налагодити маркетинг в області, – це вимагає значних зусиль. Потреба ж сільських товаровиробників у маркетингових та інших (наприклад, матеріально-технічних) послугах із кожним днем зростає. У сучасних умовах володіння інформацією і знаннями про виробництво та збут продукції ринкової новизни має важливе значення. Сьогодні ця ніша ринку в багатьох суб'єктах України залишається незаповненою. Не є винятком і Вінницька область. Це завдання фахівці державних структур не можуть вирішити, оскільки у них інше призначення. Задача не під силу і переробному бізнесу, якщо його суб'єкти хочуть організувати таку структуру силами тільки одного підприємства. Надання консультаційних послуг селянам вимагає чималих коштів і спеціально

відібраних фахівців, адже тут вкрай важливе встановлення довготривалого і продуктивного контакту [195].

Завдання, які ставитимуться перед подібними консалтинговими фірмами, важливі і серйозні. Створення таких організацій має враховувати низку ключових моментів. Ці організації можуть і повинні створюватися в різних організаційно-правових формах, що призведе лише до зростання економічного суперництва між ними і, отже, до поліпшення якості пропонованих послуг. Організації такого типу повинні бути якомога вільними від тиску зовнішнього середовища; таким чином породжується свобода в прийнятті управлінських рішень та веденні бізнесу. Внутрішнє їхнє середовище має бути сформоване таким чином, щоб спонукати у працівників бажання ефективно працювати і підвищувати продуктивність праці.

Організація консалтингових фірм, особливо для малого сільського бізнесу, на початковому етапі вимагає певних і чималих зусиль, перш за все в ресурсах. Джерела їх можуть бути різні. Однак позикові і залучені джерела занадто дорогі і приносять із собою втручання їхніх власників у діяльність створеної структури, ступінь впливу якої може бути зайвою. Найбільш вигідним джерелом є власні кошти самих підприємств. Нам здається, що в межах декількох сусідніх районів і природно-економічних зон, наприклад, у рамках переробної промисловості (як системи, що має налагоджені структури), доцільно кооперуватися її суб'єктам за галузевою належністю (рослинництво і тваринництво) для створення і раціональної організації роботи маркетингових структур. Вони будуть покликані вивчати платоспроможний попит покупців і допомагати малим сільським товаровиробникам виробляти більше продукції кращої якості з меншими витратами і своєчасно, прибутково реалізовувати товари та послуги.

Низка вчених і фахівців вважає за необхідно, при розв'язанні подібних проблем, звертатися до інших (спеціалізованих) організацій. Ми дотримуємося думки, що раціональніше використовувати базу переробних підприємств. Крім того, треба відзначити, що кооперація позитивно впливає на діяльність підприємств. Т. Н. Флігінській аналогічної думки: «Кооперація повинна сприяти інтенсивному розвитку виробництва, утвердженню еквівалентності обміну на внутрішньогалузевому і міжгалузевому рівнях, підвищенню конкурентоспроможності та ефективності, створенню умов для фінансової стабілізації підприємств» [203].

З цією метою нами розглянуті методичні, правові та організаційно-економічні підходи створення таких формувань, підготовлені конкретні розробки щодо організації раціональних структур маркетингового обслуговування і їхнього практичного використання.

Останнім часом цінова, кредитна, інвестиційна і податкова політики держави сприяють поліпшенню фінансового стану переробних підприємств, зростанню їхньої кількості та, як наслідок, збільшенню обсягів заготівель сировини. І в той же час існує проблема відносногo здорожчання сировини, оскільки її постачальник – великий бізнес, є основним. Це викликає необхідність визначення і звернення до додаткового та серйозного джерела, яким повинен стати малий сільськогосподарський бізнес.

Ринкові відносини, засновані на використанні законів товарного виробництва, призведуть до очікуваного зростання ефективності кооперативних маркетингових формувань для малого аграрного бізнесу, швидше за все, лише в тому випадку, якщо буде враховано низку умов, а саме: плюралізм організаційно правових форм, загальність охоплення (охоплювати всі, по можливості, підприємства), забезпеченість сервісною підтримкою, заснованою на комерційних принципах: організацією наукового забезпечення та підготовки кваліфікованих кадрів (навчальні заклади); організацією матеріально-технічного обслуговування і постачання (дилери та кооперація підприємств галузі).

Ефективне функціонування кооперативних маркетингових формувань неможливо без системи фінансової підтримки [203]. Фінансова підтримка діяльності маркетингових кооперативів відбувається самими маркетинговими кооперативами. Потрібно зазначити, що ніякі фінансові інвестиції, ніяка досконала матеріально-технічна база не можуть дати очікуваного результату за відсутності в учасників дієвих внутрішніх стимулів до розвитку кооперативного маркетингу, а в нових організованих об'єднань – гнучкості, легкої адаптованості до швидко мінливих умов зовнішнього середовища.

Самостійність у фінансуванні формує автономність у забезпеченні ресурсами [173]. Звичайно ж, всі ресурси, такі як, наприклад, інформаційні, не можуть бути власними. Але ці організації повинні до цього прагнути, бо сільський сировинний ринок – дуже ласий шматок для багатьох конкурентів, і вони володіють необхідними ресурсами для роботи на ньому, і навряд чи будуть ними ділитися. На початковому ж етапі залучення ресурсів має відбуватися за рахунок укладання контр-

актів оренди, прийняття на роботу осіб, які володіють особистим автотранспортом.

Робота на сільському сировинному ринку з його жорсткою конкуренцією вимагає і особливої організаційної структури підприємств [194, 199]. По-перше, вона повинна мати невелику ієрархію рівнів управління, що дозволить їй мати необхідну гнучкість, швидкість у прийнятті та виконанні рішень. По-друге, структура організації повинна бути максимально простою.

Характер ринку, на якому працюватимуть підприємства, накладає відбиток і на систему менеджменту. На нашу думку, вона повинна носити перспективний і поточний характер, бути багатогранною та комплексною. Менеджмент повинен охоплювати такі сфери: матеріально-технічне постачання; виробництво послуг; інновації у виробництві і реалізацію послуг; маркетинг послуг; кадри; фінанси; еккаутинг.

При формуванні організації, покликаної виконувати таке завдання, велике значення мають кадри. Кадри за призначенням поділяються на основний і допоміжний персонал. Якщо критерії відбору обслуговуючого персоналу можуть бути не такі жорсткі, то основний персонал, а це люди, які будуть безпосередньо розробляти підходи і вести діалог із клієнтами – представниками малого сільського бізнесу, повинні підбиратися ретельно. Адже від результативності їхньої роботи повністю залежить спроможність організації. Ці кадри повинні бути, з одного боку, висококваліфікованими і охочими навчатися фахівцями, а з іншого – комунікабельними. Причому, остання якість повинна стосуватися найбільше сільських жителів.

Складність та економічна небезпека роботи в цьому секторі сировинного ринку вимагає від підприємств безпечної організаційно-правової форми організації [89]. Звичайно ж, організаційно-правова форма повинна відповідати умовам та інтересам власників, які об'єдналися для її створення. Але все-таки нехтування даного правила при жорсткості конкуренції може спричинити вкрай негативні наслідки.

Сучасність роботи на сільському сировинному ринку показує, що працювати на ньому поодиноці дуже складно і виживають, в основному, кооперативи (наприклад, об'єднання перекупників) [48].

За словами І.В. Гончарук саме кооперативні формування дадуть можливість: консолідовано здавати в оренду землю; включати вироблену фермерськими та селянськими господарствами продукцію до маркетингового ланцюга; підвищити додану вартість продукції шляхом

покращення первинної обробки та зберігання; підвищити безпеку та якість сільськогосподарської продукції. Окрім того, кооперативи стануть ефективним механізмом згуртування селян і дадуть можливість вирішити цілу низку їх соціально-економічних проблем. Кооперація дозволяє зробити успішним і привабливим малий і середній сільськогосподарський бізнес, особливо для молоді. Враховуючи те, що в селах України проживає третина населення, можна сміливо говорити, що кооперацію слід розглядати як інструмент зміни на краще життя сільської громади [46].

Тому ефективним буде об'єднання зусиль підприємств деякої території (наприклад, декількох, які межують один із одним, по районах). Але це об'єднання поряд із позитивними сторонами має і, на перший погляд, негативні.

Однак негативні можна легко обернути з вигодою для підприємств-власників. Так, наприклад, при роботі фірми на певній території виникне межа, при якій може виявитися дуже складно конкурувати (виникне так звана межа конкуренції), що неодмінно вплине на сировинне забезпечення. Але цю ситуацію легко вирішити. У цьому випадку кооператив постачатиме сировину заводам, виходячи з їхньої участі в ньому. Необхідно зауважити, що це правило буде основним при розподілі сировини між підприємствами-власниками.

Складність у конкуруванні породжує вимоги до кількості таких формувань на певній території однієї групи власників. Кількість структур має бути ретельно продуманою згідно з наявною у цьому регіоні або районі кон'юнктури сировинного ринку, в іншому випадку виникне конкуренція між «своїми» структурами, що вкрай несприятливо, оскільки призведе лише до розпорошення зусиль на суперництво, тоді їм необхідно концентруватися тільки в одному напрямку – на досягненні перемоги в конкуренції з іншими учасниками ринку.

Кооперативні маркетингові формування переробних підприємств повинні жорстко орієнтуватися на зразки якості вироблених послуг [32]. З цією метою необхідно проводити спостереження за розвитком досвіду конкурентів із пошуку помилок і здійснювати постійний контроль якості, причому не тільки на етапі підготовки послуг, але і при реалізації. При організації кооперативного агромаркетингу важливо також врахувати сучасні об'єктивні умови і особливості його становлення. Без урахування цих моментів розроблені пропозиції навряд чи сприятимуть

тому, щоб переробне виробництво було більш високопродуктивним і ефективним, ніж зараз.

При всьому різноманітті форм і видів кооперативних маркетингових структур це, перш за все, сервісні формування. Об'єктами усупільнення в них є (або не є) члени підприємств і майно підприємств – основні і оборотні кошти. Масштаби такого кооперування залежать від стану їхньої ресурсозабезпеченості, наявної у районі виробничої інфраструктури та інших факторів. Об'єднання переробних підприємств, у яких, наприклад, виявився недолік одних матеріально-технічних засобів і певний надлишок інших, дозволяє виправити це становище, підвищити ефективність використання ресурсного потенціалу.

Залежно від ступеня усупільнення переробниками майна, делегування ними управлінських функцій, узгодження потенційними учасниками майбутнього формування економічних інтересів розрізняють такі моделі кооперативного маркетингу, як юридичних осіб: кооперативи, товариства і суспільства [167]. Усі ці моделі – це самостійні, незалежні і керовані на демократичних засадах формування, створені на основі добровільного союзу переробних підприємств.

Процеси розвитку кооперативних маркетингових формувань супроводжують різні проблеми дискусійного характеру, наприклад, «безприбутковий» розвиток цих сервісних формувань [167]. Ми пропонуємо вирішити цю проблему. По-перше, метою створення маркетингової підготовки є задоволення економічних потреб переробників. Це задоволення буде зроблене на благо бізнесу, оскільки маркетинговий тренінг повинен оснащуватися обладнанням, закуповувати сировину і, зрештою, забезпечувати тривале відтворення. Однак ці бізнес-правила мають бути регламентованими, оскільки переробники є організаційною та економічною основою цього навчання, а навчання призначене для досягнення конкретних цілей власності. Крім того, на підтримку обґрунтування неможливості «некомерційної діяльності», слід зазначити, що створена організація може отримувати прибуток, продаючи сировину іншим (невласникам) замовникам. Це можна зробити лише в тому випадку, якщо рекламний формат повністю доповнює можливості його власників - процесорів, наприклад, якщо це малий бізнес.

Іншим питанням, що викликає неоднорідність думок про перспективність створення таких організацій, буде так званий «утиск економічних інтересів» малого бізнесу на селі, що призведе до відсутності попиту на пропоновані послуги і, отже, неспроможності організації

[224]. На наш погляд, практичне застосування цієї проблеми не є реалістичним, оскільки, з одного боку, зміцнення на такому прибутковому ринку є головною метою створення кооперативних маркетингових структур, з іншого - слід зазначити, що структури створюються . не буде монополістом на ринку і не буде піонером. На цьому ринку є достатній контингент учасників, з якими необхідно вживати здорових конкурентних заходів, і обмеження будь-яких спільних інтересів споживачів не буде просто прибутковою справою.

Ситуація, в якій відбувається кооперування переробних підприємств у сфері маркетингу для малих суб'єктів ринку в нашій країні, специфічна. Переробні підприємства тільки починають діяльність у ринкових відносинах та ефективно функціонують. Тому участь у роботі структури для них особливо важлива. А в умовах сформованого зростання економіки таке об'єднання для них – це можливість не тільки поліпшити організацію виробничого процесу, більш раціонально використовувати наявні ресурси, скільки засіб виживання і зростання [200].

Економічне становище в країні помітно поліпшилось, але проблеми переробних підприємств не зменшилися [224]. У цій ситуації тільки посилюється необхідність організації кооперативних маркетингових формувань. Однак у сучасних умовах створення повномасштабної системи обслуговування і її інфраструктури в силу об'єктивних (у тому числі і економічних) причин нереально. У цій ситуації ми пропонуємо принципово нові рішення щодо обслуговування малого сільського бізнесу, яке полягає у розвитку маркетингового кооперативного обслуговування за галузевим додатком на базі переробної промисловості, як найбільш налагодженої системи, яка включає в себе заготівлю, переробку сільськогосподарської сировини і реалізацію створеного продукту. Така взаємодія не тільки органічно вписується в передбачувану систему обслуговування малих сільськогосподарських товаровиробників і переробних підприємств, але і є, швидше за все, першим етапом його створення.

Вітчизняна практика розвитку кооперативних маркетингових формувань свідчить, що об'єднання зусиль переробних підприємств, особливо на початковому етапі ринкових відносин, дає можливість їм більш повно забезпечити свої господарські та соціальні потреби, ефективно вести виробництво і здійснювати захист своїх інтересів у ринковій економіці. Ефективність діяльності створених, таким чином, маркетингових формувань значною мірою залежатиме і від організації різних

видів обслуговування. І, тим не менш, переробному бізнесу необхідно об'єднувати свої можливості, а створеним формуванням – практикувати залучення, на комерційній основі, послуг інших колективів для розв'язання багатьох своїх проблем. Практика показує, що при всіх інших рівних умовах, що впливають на результати роботи переробних підприємств, однією з основних є організація постачання сировиною. Тому вони, по можливості, повинні об'єднувати свої зусилля, а сформовані таким чином організації – це потенціали інших суб'єктів ринку.

Нетривалий перехідний період розвитку переробних підприємств України не багатий досвідом розвитку маркетингового обслуговування селян, відокремлених територіально. Залежно від шляхів становлення подібних маркетингових формувань, для їх обслуговування можуть використовуватися різні варіанти, в тому числі і наявна в колишніх колгоспах та радгоспах база. Однак морально-психологічний клімат, що складається навколо цього сировинного сектору, сильна конкуренція та й просто здоровий економічний розрахунок змушують переробні підприємства об'єднуватися за інтересами, щоб ефективно використовувати власну техніку й успішно забезпечувати себе сировиною.

Варіанти об'єднання різні. Усе залежить від конкретних інтересів організаторів, їхнього творчого підходу, можливості чинного законодавства, територіальних, національних особливостей, специфічності ринку сировини, конкурентів, переваг споживачів і багатьох інших. Звичайно ж, ці особливості різноманітні в усіх регіонах і, більш того, районах. Тому творці повинні вибрати і визначитися у власному підході до кооперування.

Нормами Конституції України, регулюються основні положення правової діяльності переробних підприємств, в тому числі і кооперативної [49]. У ньому створено цілісне уявлення про сутність кооперативу, про роботу з його організаціями, в тому числі і переробними підприємствами, формування правової бази. У Цивільному Кодексі України також сказано, що відносини, пов'язані зі створенням кооперативів, регулюються також іншими нормативними актами та регіональними нормами. По суті, більшість основних принципів можуть бути реалізовані і в деяких інших формах об'єднання переробних підприємств.

Основні принципи кооперації [75, 89, 184]:

- добровільність участі в товаристві. Не менше двох учасників, але не більше п'ятдесяти за договором про спільну діяльність можуть

з'єднувати власні зусилля і спільно діяти для задоволення власних інтересів шляхом досягнення мети, яка не суперечить закону.

- статутний капітал товариства формується, виходячи із внесків учасників. Формування розміру вкладу здійснюється, виходячи з його вартості. Внеском може бути все те, що учасники самостійно вносять у загальну справу. Не допускається звільнення учасника товариства від обов'язку вкладу до статутного капіталу, в тому числі шляхом зарахування вимог до товариства. Розмір статутного капіталу не може бути меншим кратної величини мінімального розміру оплати праці, встановленого державним законом на дату подання документів для державної реєстрації товариства.
- вищим органом управління товариства є загальні збори його учасників; оперативне керування здійснюється виконавчим органом (колективним і (або) одноосібним), підзвітним загальним зборам. Вищий орган управління вирішує тільки найбільш важливі питання господарської діяльності. Питання, що стосуються виключної компетенції загальних зборів, не можуть бути передані їм на рішення виконавчого органу товариства.
- розподіл прибутку визначається вартістю вкладу; учасники товариства не відповідають за його зобов'язаннями і несуть ризик збитків, пов'язаних із його діяльністю, у межах вартості внесених ними вкладів.
- доступність інформації про діяльність товариства для всіх його учасників. Відмова від цього права або його обмеження, в тому числі за угодою учасників, незаконні.
- взаємовідносини учасників будуються на договірній основі. У розрахунках учасників господарської діяльності можливі різні варіанти. Дохід кожного учасника складається завдяки поліпшенню якості та обсягу участі, пошуку більш сприятливих умов і ринків збуту.

Товариство не має права приймати рішення про розподіл свого прибутку у випадках:

- до повної сплати всього статутного капіталу товариства;
- до виплати дійсної вартості частки (частини частки) учасника товариства у випадках, передбачених Законом «Про товариства з обмеженою відповідальністю» [157];
- якщо на момент прийняття такого рішення товариство відповідає ознаками неспроможності (банкрутства) відповідно до державного

закону про неспроможність (банкрутство) або якщо зазначені ознаки з'являться у товариства в результаті прийняття такого рішення;

- в інших випадках, передбачених державними законами.

Оскільки товариство з обмеженою відповідальністю являє собою економічно централізоване поєднання зусиль багатьох зацікавлених сторін, до нього застосовуються деякі інші принципи кооперації, які надзвичайно важливі на сучасному етапі економічного розвитку. Наприклад, виходячи з компанії, учасник має право отримати частину активів, що відповідає його частці в статутному капіталі; учасник товариства бажає збільшити капітал товариства, якщо частина прибутку розподіляється у вигляді дивідендів пропорційно часткам статутного капіталу; кожен учасник компанії бере участь в управлінні через загальні збори акціонерів. Практика показує, що за однакових умов, що впливають на результати діяльності переробних підприємств, однією з основних організацій є постачання сировини. Тому вони повинні, якщо це можливо, об'єднати свої зусилля, і створені таким чином організації є потенціалом інших учасників ринку.

Вибір товариства з обмеженою відповідальністю, звичайно, ґрунтується не лише на певному наборі принципів при його створенні, але і на позитивних сторонах переробного бізнесу (наприклад, логістика, фінансові та інші можливості). Таким чином, основні принципи формування кооперативів відповідно до діючих вимог до переробки бізнес-структур можуть бути реалізовані в товаристві з обмеженою відповідальністю з раціональною організацією. І раціональна форма кооперативного маркетингу заснована на тому, що його учасники отримують необхідні вигоди при мінімальних витратах.

Створена структура організує взаємодію із селянами (фермами). Організуючи таку співпрацю в утриманні ферм та приватних фермерських господарств, ми виходили з того, що структура співпрацює, перш за все, з питань управління, організаторських здібностей, капіталу, не виключаючи особистої роботи учасників з метою максимізації потенційних ресурсів переробних компаній. дрібні виробники продуктів харчування на селі. З цією метою необхідно систематизувати взаємодію цих структур та виробників сировини на основі встановлення двосторонніх зобов'язань, а не лише на основі угоди. Торгові відносини між ними не повинні бути одноразовими, стихійними, а довготерміновими, заснованими на взаємовигідних інтересах. Такий підхід дозволяє кож-

ній країні планувати свою роботу з більшою впевненістю, принаймні на найближче майбутнє.

Організація маркетингових послуг представникам сільського сировинного ринку – це не тільки вигода переробному бізнесу, але і самим виробникам сировини. Адже успішна реалізація виробленої продукції залежить не тільки від призначеної сторонами ціни, але і гарантованих закупівель, а також інших послуг, аж до матеріально-технічної допомоги. Звичайно ж, на ранніх етапах розвитку маркетингових формувань можливість матеріально-технічної допомоги малоімовірна. Однак у міру розвитку і зміцнення організації у неї з'являться резерви, які повинні спрямовуватися на ці цілі, оскільки це вагомий внесок у конкурентну боротьбу.

Наука і практика свідчать, що бажано починати виробничу діяльність будь-якої організації із аналізу кон'юнктури ринку, тобто з активізації маркетингу. Однак, специфіка і напрямок призначення послуг, що надаються, на яких спеціалізуються кооперативні маркетингові формування, передбачає часткову відмову від цих прагнень. Тут реалізація послуг, тобто маркетингова діяльність, повинна не передувати, а бути нерозривно й одночасно пов'язаною із їх виробництвом. Адже варіантів доведення послуг до споживача безліч, і всіх їх, тільки на етапі маркетингу, опрацювати і підготувати неможливо.

Реалії життя свідчать, що без посилення маркетингу підприємства сфери переробки не можуть ефективно реалізувати свою продукцію і послуги споживачам. Сьогодні можна сказати, що вже створені умови для зростання та ефективності виробничої діяльності, і маркетинг повинен тільки сприяти цьому.

Потрібно посилити маркетингову діяльність у всіх секторах, включаючи постачання сировини дрібним сільськогосподарським виробникам, щоб забезпечити конкурентне середовище в економіці. Хоча багато людей у галузі роблять це так чи інакше, це трапляється само собою.

Про необхідність впровадження маркетингу в інтересах малих сільськогосподарських товаровиробників сказано чимало. Безумовно, життя не стоїть на місці, і для розв'язання проблеми збуту робиться багато, причому на різних рівнях. Так Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України для агропромислового виробництва створює мережі оптових продовольчих ринків і служб аграрного маркетингу. Для проведення наміченого економічного експе-

рименту з організації таких ринків між регіонами, насамперед на базі сучасних плодоовочевих баз, холодильників та інших об'єктів інфраструктури, визначено низку територій. Перед оптовими продовольчими ринками поставлені такі основні завдання [117, 208]:

- стимулювання зростання обсягів виробництва, реалізації продукції та підвищення прибутковості товаровиробників і партнерів по агропромисловому комплексу;
- забезпечення населення протягом усього року якісними продуктами харчування;
- надання всім постачальникам сільськогосподарської продукції можливості вільного доступу на конкурентний ринок.

Зараз, коли українські кіоски заповнені імпортними товарами, а якісна вітчизняна продукція залежить від складських приміщень, особливо важливо допомогти покупцям і продавцям знайти один одного. Слід зазначити, що оптові ринки є ефективним каналом просування сільськогосподарської продукції від виробників до споживачів.

Внутрішній досвід показує, що багато ініціатив вимагають змішаного підходу «зверху вниз» (за допомогою уряду та інших представників ініціативи) та підходу «знизу вгору» (з самими учасниками ринку). Організаторам потрібно правильно визначити взаємозв'язок між цими двома рухами - вони повинні вміти формувати маркетингову структуру.

Безумовно, при правильному застосуванні маркетинг може бути дуже корисним інструментом. Однак у більшості з тих, хто має великі надії на становлення маркетингового кооперативного руху, особливо після занадто обіцяного старту, можливо, доведеться трохи вгамувати свій запал у зв'язку з виникненням численних проблем, що знижують ефективність розпочатого процесу.

Реалії життя показують, що відразу безпроблемно організувати маркетингову роботу в сільській місцевості неможливо. Обов'язково з'являться проблеми і ситуації, які заздалегідь спрогнозувати неможливо. Це проблеми національності населення, його культури, віку, рівня життя, пов'язані з транспортом і багато інших аж до природних умов. Деякі проблеми можуть з'явитися відразу після активізації роботи маркетингологів у селі, деякі – після. Можуть виникнути ситуації, вирішення яких можливе в короткий термін, а деякі з них можуть мати довгостроковий характер. Крім того, комплекс проблем неоднозначний за своїм територіальним походженням: залежно від регіону і навіть району підходи до населення для його обслуговування різні. Однак, які б не

були проблеми, їх необхідно ефективно форсувати. Це важливий фактор виживання на ринку. Його повинні враховувати молоді кооперативні маркетингові формування для того, щоб дієво працювати на ринку і забезпечувати собі необхідний економічний зріст. Крім того, їм потрібно гідно протистояти іншим конкурентам, які завжди прагнуть потіснити або не пустити на ринок нових учасників. У будь-якому випадку наявна конкуренція буде їх дисциплінувати. І потрібен час, щоб дізнатися і зрозуміти тонкощі роботи на ринку.

Існування та розвиток будь-якої організації неможливі без забезпечення ресурсами [4]. Їх формування повинно відбуватися на договірній основі. Розмір забезпечення може бути різний: усе залежить від розмаху діяльності маркетингових формувань, який, відповідно, породжується успіхами на ринку. Але в будь-якому випадку варто зауважити, що реалізація маркетингових послуг повинна проводитися між переробниками і представниками сільського ринку. Це пов'язано з тим, що сировина для галузі вимагає збереження, і тому вести її за сотню або дві кілометрів буде надзвичайно ризиковано та й занадто дороге.

Як показує реальність функціонування переробних підприємств у багатьох областях, у тому числі і Вінницькій області, можливість створення кооперативних маркетингових структур є [117, 188, 189]. Тому, щоб не формувалась тенденція до появи маркетингових структур із однаковими цілями і завданнями, в кожному сільському населеному пункті краще спочатку організувати їх – одну-дві в кожному районі. На обмеженій площі небажано створювати велику кількість маркетингових структур, оскільки це, крім непотрібної конкуренції, призведе до конфліктів, нестачі і неукомплектованості формувань ресурсами.

Особливо важко розпочати маркетингову роботу для сільського населення за її участю, але якщо люди відчувають потребу та інтерес, ви можете розраховувати на їх увагу та розуміння. По-перше, їм потрібно чітко пояснити, які реальні потреби в створеній структурі, які переваги та які ризики вони можуть очікувати, коли виробники продукції пропонують зміни. Це дуже важливо, оскільки вони живуть у довкіллі багато років і хочуть там жити в майбутньому. Місцеві жителі знають свої потреби та можливі ризики краще за будь-якого іноземця. Тому при організації маркетингової роботи необхідно враховувати реальні можливості. Звичайно, спочатку немає сенсу говорити про можливість вирішення великих проблем кожного.

Щоб структура працювала успішно, необхідно зосередитись на якісному задоволенні чітких та реальних потреб, які точно відповідають домовленостям. Кожна послуга повинна платити за себе, інакше прибуток повинен бути дуже близьким до вартості, інакше організація може призвести до банкрутства. Надалі, залежно від рівня розвитку організації, обсяг послуг повинен бути збільшений, але їх якість не повинна знижуватися. Тільки таким чином можна успішно конкурувати на такому вигідному і водночас важкому у використанні ринку.

Пропонована організація маркетингового обслуговування володіє і низкою інших позитивних властивостей. По-перше, пропонована схема створення маркетингових кооперативів відрізняється від традиційних схем заготівель сировини, що полягають у його закупівлі тільки власними силами, по-друге, розв'язує найважливішу проблему виробництва продукції багатьох селян – її збут і, по-третє, передбачає певну їх підтримку, що також дуже важливо для сільської місцевості. Пропонована система організації маркетингового обслуговування селян, крім того, передбачає таку взаємодію між партнерами, яка не обмежує, а навпаки, підтримує інтереси сторін для того, щоб більше зміцнити їхню конкурентоспроможність.

Як відомо, у невеликих фермерських господарств є недоліки, усунення яких відповідає їхнім інтересам. Це труднощі із залученням великих сум капіталу, недоліки в спеціалізованому управлінні, необмежена відповідальність за борги, необхідність бути експертом у багатьох сферах, ризик втратити всі особисті заощадження та активи. Ці специфічні недоліки компанії можуть бути пов'язані з підтримкою позитивних аспектів у навчальному рішенні з кооперативного маркетингу. Порівняно з ними вони сильніші у фінансовому плані та в інших сферах.

У кооперативних маркетингових формуваннях штатними є фахівці, які спеціалізуються не тільки на маркетингу, а ще в інших сферах діяльності, пов'язаних із досягненням цілей організації. Але найголовніша якість пропонованих до організації структур – це, звісно, здійснення діяльності, необхідної обом сторонам: і переробному, і малому сільськогосподарському бізнесу. Одні хочуть заготовляти та переробляти сировину, інші хочуть її виготовляти і вигідно продавати.

Робота організації будується таким чином. Діяльність, створена кооперативними організаціями, повинна підлягати нагляду, для цього створюється наглядова рада, що складається з представників підприємств і управління, які проводяться загальними зборами учасників. Ці

органи здійснюють свою діяльність протягом всього періоду існування організації і стежать за ходом виконання призначених перспективних планів. Поточне і тактичне планування і управління маркетинговою структурою створює директор, який призначається учасниками кооперативу і якому підпорядковуються всі служби (відділи) організації.

Кількість функцій, що виконуються відділами, можуть бути різні, залежно від потреби. Керівник маркетингового відділу підпорядковується керівнику організації (директору), постійно перебуває у центрі подій і отримує оперативну та інформацію із різних каналів від виробників та інших джерел, а потім передає її для використання фахівцям підприємств і працівникам служби. Один маркетолог відділу формує цінову політику, а інший – виконує функції консультанта щодо правильного і ефективного доведення послуг споживачам для тих маркетологів, які працюють безпосередньо в сільській місцевості. За необхідності (хвороба тощо) один замінює іншого. Решта маркетологів обслуговують товаровиробників на своїй ділянці (що складається з декількох населених пунктів).

Їхня робота полягає в аналізі ринків збуту, покупців, конкурентів, продуктів, у плануванні, веденні переговорів. Вони формують попит, забезпечують закупівлю і перевезення сільськогосподарської продукції до переробних цехів і підприємств. Робота маркетологів нижчої ланки також будується за принципом взаємозамінності.

Залежно від розміру, кількості товаровиробників і переліку виробленої продукції у кожній структурі доцільно мати до 18–20 фахівців. Величина штату залежить від розмаху діяльності організації.

Занадто великий штат формувати економічно не вигідно. Якщо ж так виходить, то для зниження кількості працівників потрібно використовувати принцип об'єднання їхніх функцій в одній особі. Тобто одному працівникові необхідно доручити виконання завдань відразу декількох професій, наприклад двох (бухгалтер-економіст) або трьох (водій-вантажник-маркетолог). Велике кількісне суміщення професійних завдань в одній особі не має сенсу, оскільки це призведе тільки до перевантажень і в результаті – невдоволення роботою.

Підсобні господарства, фермери виробляють продукцію у намічених, узгоджених кількостях, термінах максимально високої якості. Забирають продукцію у них на місці маркетологи. Для цього маркетологи самі вирішують організаційні питання (пункт призначення та інші). Звичайно, вони для здійснення діяльності повинні бути забезпечені ре-

сурсами. Якщо ж їх недостатньо, то обов'язковою буде наявність у них фінансових коштів у повному обсязі для того, щоб, наприклад, орендувати транспорт, якщо його немає, або вирішити інші подібні питання.

Отримана в процесі реалізації інформація передається керівнику маркетингового відділу для аналізу і далі переробникам для коригування планів виробництва на сільськогосподарський період, а закуплена сировина надходить у цех прийому переробних підприємств. Взаємодія консалтингової фірми і переробних підприємств із приводу основної діяльності проводиться на підставі договірних відносин.

Далі на черговій зустрічі, що припадає на кінець періоду, маркетологами і сільськогосподарськими товаровиробниками остаточно узгоджуються обсяги, терміни та інші параметри виробництва продукції і підписуються (або не підписуються, якщо між партнерами встановилися тісні довірливі відносини і однією зі сторін є особисте/підсобне господарство) необхідні документи на наступний період. Період взаємодії може мати різну тривалість для будь-яких виробників сировини.

Пропонований нами варіант організації агромаркетингу, представлений у схемі руху інформації, продукції і грошових коштів при маркетинговому обслуговуванні малих сільськогосподарських товаровиробників переробними підприємствами, показаний на рис. 3.1.

Робота працівників, зайнятих виробництвом і реалізацією маркетингових послуг, тобто основного персоналу, повинна достойно оплачуватися. Оскільки результативність їхньої праці залежить не тільки від професійних знань, а й від удачі, тому спиратися тільки на кількісну ознаку його виконання, як бачимо, немає сенсу. Практика показує, що найбільш дієвою буде система оплати праці, яка складається з двох частин: базової і накопичувальної. Базова частина заробітної плати повинна бути постійною і незалежною від результатів роботи працівника розміром вище мінімального прожиткового рівня життя населення в регіоні в межах 15–20%.

Накопичувальна ж частина буде повністю залежати від результативності праці працівника. У результаті оплата праці основного персоналу повинна бути більшою, ніж допоміжного, і в той же час не перевищувати дискримінаційного бар'єру. Такий принцип формування заробітної плати призводить до більш повноцінної стимуляції працівника. Крім того, така система привертає професійні кадри, оскільки дозволяє останнім використовувати свої знання і вміння в повному обсязі та отримувати за це відповідну матеріальну винагороду.

У запропонованій структурі, крім основного персоналу, є й обслуговуючий або допоміжний (наприклад, бухгалтер, юрист та інші), працю якого також необхідно оплачувати. Звичайно ж, величина заробітної плати тут залежатиме від дієвої роботи «основного» персоналу. Однак необхідно зауважити, що для зацікавленості у праці їхня заробітна плата також повинна будуватися з двох вищезазначених частин. Причому базова частина визначатиметься мінімальним прожитковим рівнем життя населення в регіоні, а накопичувальна повинна варіюватися залежно від успіхів роботи основного персоналу.



Рис. 3.1. Схема руху інформації, продукції та грошових коштів при маркетинговому обслуговуванні малих сільських переробних підприємств

Джерело: розроблено авторами

Звичайно, успішна діяльність і цінність будь-якої організації полягає у її кадрах, тому для збереження їх від плінності необхідно утворити спеціальний фонд. Кошти цього фонду спрямовуватимуться, перш за все, на навчання персоналу, поліпшення його умов праці, соціальні програми, а також фінансування базової частини заробітної плати в тому випадку, коли з різних причин доходів від результатів діяльності організації буде мало (це може бути пов'язано із сезонністю заготівлення сировини). Крім зазначеного фонду, бажано утворити й інші спеціалізовані фонди, наприклад накопичення. Кількість і призначення їх може бути різною та залежати від керівництва організації.

Отже, слід зазначити, що організаційно-правові форми, внутрішнє середовище та можливості для взаємодії маркетингових формувань, заснованих на принципах співпраці між переробними підприємствами, можуть відрізнятись. Все залежить від конкретних інтересів, прагнень, можливостей учасників, а також від ситуації на ринку сільської сировини, яка відрізняється в різних регіонах і навіть районах. Однак спілкування з керівниками сільського та переробного бізнесу у Вінниці та сусідніх регіонах показує, що запропоновані зміни можуть бути впроваджені в ділову практику, хоча і не у всіх без винятку регіонах країни.

3.2. Удосконалення механізму залучення інвестицій підприємств плодово-овочевої галузі

Проблема підвищення результативності роботи систем формування інвестицій підприємств залишається найбільш актуальною. Незважаючи на прийняті Кабінетом Міністрів України заходи, спрямовані на поліпшення роботи суб'єктів у цій галузі господарювання, багато з них у більшості регіонів досі не мають достатньо рентабельні та працюючі механізми її реалізації. Не є винятком і Вінницька область.

Різні пропозиції щодо удосконалення систем накопичення довгострокових вкладень підприємств та організацій галузі висвітлили у своїх працях як зарубіжні, так і вітчизняні вчені та фахівці [18, 22, 25, 35, 65, 80, 89, 112, 116, 129].

Автори зазначених джерел акцентують увагу на тому, що запорукою успішного виконання цієї мети діяльності переробних підприємств є злагодженість роботи окремих частин і ланок структури механізму, а також методика накопичення, що виражається в економічних способах і діях, які сприяють успіху в інвестиційній діяльності. Багато з них відзначають, що будь-яка діяльність, пов'язана з певними труднощами, є

однією із першочергових завдань будь-якої побудови механізму суб'єктів галузі. Ми не сумніваємося в тому, що саме оптимальне поєднання достатності створеного обсягу і мінімуму витрат стає у ринкових умовах одним із основних факторів, які забезпечують необхідність виробництва, беззбиткову роботу і конкурентні переваги цього механізму підприємств.

Механізм формування інвестицій повинен вдосконалюватися та відповідати певним критеріям. Він має бути організаційно і теоретично простим, зручним і зрозумілим користувачеві, цілеспрямованим, надійним, повним із погляду можливості вирішення його основних питань, адаптивним, гнучким і легко досконалим в іншому. Крім того, практика господарювання в сусідніх регіонах показує, що будь-який механізм, у тому числі і розроблений нами, буде успішно організованим тільки при єдності основних ідей його створення.

Для повного уявлення про характер поведінки цього механізму необхідно знати не тільки зміст елементів, але й стан, характер взаємозв'язків між ними. Дослідити всі потенційні способи організації зв'язків у системі, шляхом перебору практично неможливо. Кількість зв'язків одержуваної системи може бути скорочена об'єднанням її елементів у групи за однорідними ознаками з формуванням порівняно незалежних і відособлених функціональних підсистем. При цьому, з погляду нашої мети проєктування, більшого значення набувають зв'язки між підсистемами, в той час як зв'язки між елементами різних підсистем ігноруються.

Функціонування механізму проводиться за певною схемою за допомогою взаємодії всіх елементів підсистем організаційної структури підприємства, що утворюють сукупність видів діяльності з накопичення довгострокових вкладень. Але одночасно система накопичення, як складний організм, відрізняється відносною відокремленістю у системі господарювання підприємства. Метою роботи механізму, як виду діяльності, є забезпечення цілісного, цільового взаємозв'язку функціонування всіх складових його структури й ефективної реалізації накопичувальної роботи. Управління процесами накопичення інвестиційних ресурсів включає такі функції: управління як аналіз і прогнозування, стратегічне, поточне і оперативне планування, моніторинг (контроль) і регулювання діяльності, що здійснюється відповідно до інвестиційної стратегії підприємства; створює умови для реалізації основних цілей, а саме: забезпечення зростання темпів економічного розвитку підприємства за

рахунок ефективної акумуляції капіталу, мінімізації ризиків і максимізації доходів (прибутку) від інвестиційної діяльності загалом, забезпечення фінансової стійкості і платоспроможності підприємства в процесі інвестиційної діяльності у довгостроковій перспективі (рис. 3.2.).

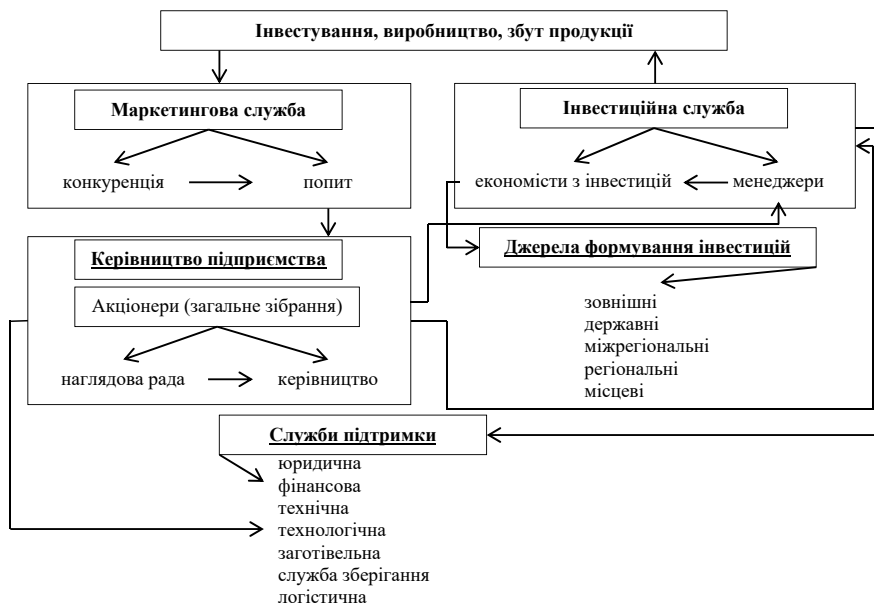


Рис. 3.2. Функціональна спрямованість маркетингової служби у формуванні інвестиційних ресурсів переробних підприємств
Джерело: розроблено авторами

Зміст механізму акумуляції довгострокових вкладень розкривається через реалізацію його функцій. Вони полягають у постачанні виробничої діяльності необхідним капіталом, організаційній ініціативі відтворювального процесу. Однак головне призначення розглянутого механізму – масштабність залучення грошових та інших активів в інвестиційні ресурси підприємства. На основі стадій відтворювального процесу стає можливим відновлення і розвиток організаційно-технічного та наукового потенціалу підприємства, накопичення засобів для подальшого розвитку і розширення масштабів господарської діяльності, а також забезпечення економічного зростання. Для реалізації цього вдосконалюється механізм акумуляції інвестицій вже на ранніх стадіях

розвитку, покликаний забезпечити вирішення завдань, які полягають у збалансованості необхідного обсягу капітальних вкладень із наявними у підприємства фінансовими ресурсами, знаходженні коштів на накопичення, забезпеченні формування та оптимізації матеріальної і вартісної структури основних фондів, наданні активного впливу на підвищення ефективності використання інвестиційних коштів, забезпеченні фінансової стійкості підприємства в довгостроковій перспективі.

Механізм організований у вигляді сукупності чотирьох частин:

- мотиваційної (маркетингова служба);
- спрямування (керівництво підприємства);
- керівної (інвестиційний відділ);
- допоміжної (служби підприємства).

Пропоноване розширення його завдань трансформує структуру і спрямованість управлінських функцій, їхніх взаємозв'язків. Для обліку цих видозмін пропонуємо використовувати два інструменти управління, об'єднання яких у єдину управлінську структуру, на нашу думку, характеризує їх найкращим чином. Першим інструментом є форма розподілу повноважень і відповідальності керівників усіх рівнів, чітко розмежує регламент управлінських можливостей, впровадження якої створює чітку загальносистемну структуру управління, націлену на необхідний результат.

Другий – це система накопичення, яка працює при діючих механізмах отримання доходу і відшкодування витрат. Для переходу до нового циклу виробництва необхідне включення механізму перетворення доходу в капітал, який може бути реалізований або як механізм відшкодування витрат при простому типі відтворення, або як механізм інвестування – при розширеному. До розширеного входить механізм формування інвестиційних ресурсів. Механізм відшкодування витрат включається, як тільки починає задовольнятися попит на продукцію підприємства. Попит призводить до створення прибутку і появи можливості накопичення фінансових ресурсів, що активізує систему акумуляції. Механізм працюватиме тільки при стабільному економічному стані, утворюючи привабливість підприємства перед зовнішніми інвесторами в прямому значенні цього слова, і не буде функціонувати за відсутності інструментів формування попиту. Універсальним інструментом стимулювання процесів накопичення є механізм установлення ціни, яка однаково задовольняє виробника і споживача. Створений таким чином попит і його зміна, контрольовані маркетинговою службою, утворюють мотиваційну частину механізму, яка передає імпульс дії направляючо-

го блоку. Вона повідомляє про необхідність переходу підприємства від здійснення простого відтворення до його розширеного типу і формування капіталу із зовнішніх та внутрішніх джерел через включення механізму. Мотиваційний механізм – це своєрідний «двигун», що передає імпульси, енергію економічних законів господарському суб'єкту. Як показано на рис. 3.2, початковий імпульс механізму задає ринкова потреба, формує необхідність створення маркетинговою службою конкуренції, що втілюється через наявність або зміну попиту на конкретний вид продукції підприємства. На це підприємство змушене реагувати підвищенням якості продукції, зниженням витрат, розширенням виробництва, створенням нової продукції. Саме потреба створює мотивацію, інтенсивність і конкретні напрямки інвестиційної активності виробників. А система накопичення капіталу «проводить» імпульс від потреби до виробництва. Частина мотиваційного блоку вписана безпосередньо в економічний механізм підприємства, а частина, виведена за її рамки, і є частиною систем ринкового і державного регулювання.

Будь-яка зміна і створення попиту на продукцію підприємства вимагає додаткових капіталовкладень. На основі маркетингових досліджень або у зв'язку зі зміною обсягу продажу приймається рішення про необхідність створення нового або розширення існуючого виробництва, що користується попитом.

На основі оцінки попиту загальної кількості учасників (акціонерів) приймається рішення про формування портфелю реальних інвестиційних проєктів. Рішення приймається колегіально, з використанням консультації інвестиційної служби. Колегіально виробляється стратегія залучення, що базується на конкретних основних моментах (список необхідного обладнання і матеріалів, обсяг коштів, тимчасові рамки процесу акумуляції, рекомендовані кредитори, максимальна величина використання власних засобів тощо). Крім стратегії акумуляції, колегіально виробляється програма оптимізації привабливості підприємства перед кредиторами – план певної зміни його економіки і організації. Частина основоположних обов'язків у здійсненні програми покладається на керівництво підприємства, а доведення привабливості під конкретних інвесторів проводиться керівною службою. Необхідно зауважити, що при оптимізації привабливості інвестиційною службою враховуються побажання стратегічних партнерів. На малих підприємствах стратегію накопичення і організацію привабливості може розробити його керівник, але бажано використовувати в цьому процесі думки робітників,

які теж займатимуться залученням інвестицій. При розробці стратегій можуть використовуватися консультації спеціалізованих організацій. Зміна впливу економіки зовнішнього і внутрішнього середовища коригується та приймається колегіально.

Далі інформація передається до керівного відділу (інвестиційної служби). Для дієвої організації процесу накопичення капіталу дирекцією ця служба наділяється управлінськими функціями, що поширюються на всі інші структурні підрозділи підприємства, але в межах вирішення завдань реалізації мети механізму. При цьому управлінські рішення приймаються виходячи з раціональності і рівноваги поглядів сторін. Цей принципово новий підхід до організації управління, заснований на його децентралізації, покликаний прискорити роботу залучення інвестицій. Керівна підсистема, отримуючи імпульс до дії, безпосередньо впливає на допоміжну (фінансову, технічну, технологічну та інші служби), а також встановлює взаємодію із ринком капіталу за допомогою формування економічних регуляторів та інструментів. Для прийняття правильних управлінських рішень допоміжна служба співпрацює з інвестиційною службою.

Співпраця інвестиційного відділу і допоміжних служб відбувається в межах заданих їм умов. Дієва взаємодія інвестиційного відділу з допоміжними службами і зовнішнім середовищем неможлива без наявності спеціального штату підготовлених працівників і їх матеріально-технічного постачання.

Функціонування інвестиційного відділу, як показала практика, неможливе без відповідного оснащення, формування ним виду діяльності і заробітної плати працівників.

Рівень персоналу, обладнання та заробітної плати є основою для формування співпраці у зовнішньому середовищі. Але деякі дослідники вважають, що це не вирішить проблему повністю. Ефективну співпрацю з ринком капіталу повинен налагодити спеціальний відділ підприємства. Однак ефективна взаємодія відділу контролю у зовнішньому середовищі не обмежується. Абсолютна повнота встановлюється між джерелами, об'єктивна стратегічна важливість яких виявлена сьогодні і планується на майбутнє. Більше того, стратегічне значення ресурсів розуміється як обсяг і характер вкладених в них коштів. Крім того, регулювання зовнішніх відносин базується на гнучкості, здатності швидко відображати економічні, економічні зміни в стані підприємства, співпраці з інвестиційними партнерами, а також адаптації до ринку капіталу.

Оскільки багатоканальна система довгострокових інвестицій має всю організаційну структуру компанії, а також забезпечує взаємодію із зовнішнім середовищем, ринком капіталу, щоб керувати ними у правильному напрямку, повинен бути центр, відділ, який би опікувався і представляти асоціацію керівників. Як показала практика, персонал такого підрозділу може бути дуже добре зайнятий, залежно від обсягу та складності участі 4-7 працівників. Один з них - менеджер, найбільш кваліфікований фахівець, постійно знаходиться в центрі подій і керує процесом накопичення із зовнішніх та внутрішніх джерел. Він постійно співпрацює з керівниками інших підрозділів компанії, щоб спрямувати їх на мету. Деякі співробітники обробляють інформацію, отриману від інших працівників служби та відділів компанії. Решта персоналу ретельно підбирається (знання, комунікабельність, комерційні якості), оскільки успіх пошуку та встановлення контактів з представниками ринку капіталу залежить від цих працівників; кожен відповідає за взаємодію з 3-4 і більше джерелами, залежно від тимчасового навантаження кожного. У межах виконавчої структури підсистеми управління планується передбачити потреби в інвестиційних ресурсах, вивчити можливість їх формування з різних джерел, визначити методи інвестування, встановити оптимальні структури та джерела інвестиційних ресурсів. Крім того, міністерство визначає ціну механізму. У невеликих компаніях може бути 1, 2 або 3 працівники (менеджер плюс 2 співробітники або найбільш кваліфікований працівник - менеджер плюс 2 менш кваліфіковані працівники).

Вибрані об'єкти інвестування формують потребу в інвестиційних ресурсах, які можуть прогнозуватися [8, 112, 147]. Однак, не заперечуючи думки цих учених, ми вважаємо, що цей метод недостатньо раціональний, оскільки найбільш підвладний постійно мінливій ринковій кон'юктурі. Тому на обраних підприємствах використовується модернізація цих варіантів, а саме: вартість однієї частини структури необхідних коштів визначається і фіксується, а для решти – призначаються максимальні межі, які визначаються, виходячи з аналізу кон'юктури ринку і вимог підприємців.

Паралельно вивчається можливість формування інвестиційних ресурсів з різних джерел та встановлюється процедура їх включення до цієї діяльності з урахуванням економічних можливостей компанії та її ефективності. Як відомо, усі джерела інвестицій поділяються на власні, позикові та позикові. Однак доступні не всі. Причини цього різні:

недостатня привабливість компаній, високі процентні ставки за їх використання, труднощі в отриманні позик тощо. Тому одним із важливих моментів є пошук найбільш вигідних джерел.

Дослідники вважають, що залучення певних першочергових джерел (власних, позикових або залучених) позитивно відобразиться на економіці підприємства і створить підґрунтя для швидкого і повного запуску нового або оновленого виробництва та якнайшвидшого зростання. Однак реальність показує, що переробна промисловість Вінницької області та й інших регіонів поки що не досягла такої інвестиційної привабливості. Тому ми вважаємо, що потрібно утвердитися з рішенням про пріоритетність і, в першу чергу, необхідно визначити можливість залучення інвестиційних ресурсів за рахунок найбільш дешевих власних джерел (прибутку, амортизаційних відрахувань). Далі порядок дій щодо визначення джерел такий: дослідити потенціал використання залучених коштів (насамперед, шляхом акціонування окремих інвестиційних програм), провести аналіз ситуації на грошовому ринку (яку переважно визначає ставка позичкового відсотка) з метою встановлення доцільності залучення кредитних коштів. Визначення каналів фінансування необхідно завершити вибором імовірних інвесторів (які фінансують організацію).

Вибрані джерела накопичення довгострокових інвестицій визначають методи інвестування (самофінансування, корпорації, позики, оренда, змішане фінансування тощо). Виходячи з цього, детально деталізуючи його окремі канали залучення, можна визначити оптимальні пропорції у структурі та обсязі джерел формування капіталу відповідно до раціонального співвідношення капіталу, позикового та позикового. Положення встановлює певний (тимчасовий) організаційний порядок фінансування інвестиційних програм, який, у свою чергу, повинен мати особливості, що забезпечують швидку віддачу інвестицій та запобігають погіршенню фінансової стійкості. Відповідно, контроль за порядком надходження коштів та контроль за їх витратами.

При підготовці основного бюджету, з повним аналізом, плануванням та коригуванням, усі підрозділи механізму беруть участь у роботі, але інвестиційній послугі все ж надається перевага. Основним інструментом є управління бюджетом для фінансів та інших ресурсів. На основі доповнень до бухгалтерського та управлінського обліку вони дотримуються суворих норм та контролюють раціональність фінансування.

Однак механізм залежить від зовнішніх та внутрішніх факторів: економічної ситуації, стратегій та роботи конкурентів, соціальних змін

у суспільстві, екологічних умов, стану ринку праці, змін на грошових ринках, законодавства, труднощів у пошуку інвесторів, виробництва технологій, оцінки ринку. Багато що також залежить від внутрішнього середовища компанії. Незаплановане звільнення, нові співробітники, реструктуризація, розширення або скорочення бізнесу, поведінка клієнтів та персоналу, дії акціонерів, які можуть сприяти бізнесу та завдати йому шкоди. Ступінь керованості певними факторами сприятиме успіху та ефективності механізму.

У свою чергу, на прикладі моделі «Функціональна спрямованість маркетингової служби у формуванні інвестиційних ресурсів переробних підприємств» ми створили аналогічну модель взаємодії служб задля залучення інвестицій, розглядаючи ТОВ «Агрона Фрут Україна» (рис. 3.3).

У ТОВ «Агрона Фрут Україна» механізм акумуляції довгострокових вкладень реалізується через взаємодію комерційного відділу, відділу контролінгу, служб підтримки (маркетингової, відділу сервісу клієнтів, виробництва, складів, Information Technology). Функціонування механізму взаємодії служб із управління інвестиціями має аналогічний до описаного вище характер. Джерелами формування інвестицій тут виступають лише внутрішні, що знаходяться в межах концерну для ТОВ «Агрона Фрут Україна» через Agrana Fruit від Групи Agrana – австрійської міжнародної промислової компанії. Управління інвестиціями на стратегічному рівні здійснюється загальним зібранням акціонерів.

Дослідження наукових праць та практичних рекомендацій дозволило сформуванню системи показників, яка дає можливість оцінити ефективність інвестиційної діяльності та інвестиційної привабливості [9, 80].

Одними з основних показників, які визначають рівень інвестиційної привабливості і ми використовували в нашій роботі, є коефіцієнт покриття довгострокових вкладень; коефіцієнт концентрації залученого капіталу; коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів; коефіцієнт автономії; грошовий потік; чистий/балансовий прибуток; фондовіддача; фондоємність; індекс доходності; коефіцієнт зносу основних запасів; коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості; коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості; рентабельність основних засобів; рентабельність реалізованої продукції; чистий дохід (виручка) від реалізації продукції; коефіцієнт фінансової стійкості; термін окупності; діагностика ймовірності банкрутства підприємства.



Рис. 3.3. Взаємодія служб ТОВ «Аграна Фрут Україна» задля залучення інвестицій

Джерело: розроблено авторами

1. Коефіцієнт покриття довгострокових вкладень характеризує кількість одиниць оборотних активів на одиницю поточних зобов'язань підприємства.
2. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу – частка залученого капіталу в загальній вартості капіталу, що перебуває в розпорядженні підприємства.
3. Коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів характеризує структуру фінансових ресурсів підприємства. Розраховується як частка від розподілу суми позикових коштів на суму власного капіталу.
4. Коефіцієнт автономії характеризує частку коштів, вкладених власниками підприємства в загальну вартість майна.
5. Грошовий потік – величина грошових надходжень і витрат підприємства.

6. Чистий/балансовий прибуток характеризує кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства.
7. Фондовіддача – величина чистого доходу, отриманого з одиниці основних засобів.
8. Фондоємність – обсяг основних засобів, необхідних для отримання одиниці чистого доходу.
9. Індекс дохідності – співвідношення доходів і витрат від інвестиційної діяльності.
10. Коефіцієнт зносу основних запасів – частка зношених основних засобів у їхній загальній вартості.
11. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості – показник ділової активності, який вказує на ефективність управління заборгованістю клієнтів і інших дебіторів.
12. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості вказує на кількість оборотів, які здійснила кредиторська заборгованість протягом року.
13. Рентабельність основних засобів – величина прибутку з одиниці використаних основних засобів, розраховується у %.
14. Рентабельність реалізованої продукції – величина прибутку з одиниці отриманого чистого доходу, (%).
15. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції характеризує загальний дохід (виручку) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за вирахуванням ПДВ, акцизного збору та інших відрахувань.
16. Коефіцієнт фінансової стійкості. Перевищення власного капіталу над зобов'язаннями свідчить про достатній запас фінансової стійкості і відносну незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансових ресурсів.
17. Термін окупності – строк, протягом якого підприємство повністю повертає кошти, вкладені в певні інвестиційні проекти.
18. Діагностика ймовірності банкрутства підприємства характеризує ступінь ризику банкрутства підприємства.

Для аналізу та оцінки інвестиційної привабливості підприємства ми використовували Дельфі – метод експертних оцінок [65].

Експертні оцінки є основним способом отримання і аналізу якісної інформації. Значна кількість завдань тією чи іншою мірою використовують експертну інформацію, що виникає при розв'язанні проблем управління, планування, прогнозування і т.д.

Це пов'язано з необхідністю враховувати як якісні, так і людські фактори, які завжди фігурують у таких завданнях і здійснюють значний вплив на ефективність вирішення.

Важливу роль ці чинники відіграють при оцінці майбутнього. Досвід, інтуїція, почуття перспективи в поєднанні з інформацією допомагають фахівцям точніше знаходити більш важливі цілі і напрямки розвитку, найкращі варіанти вирішення складних науково-технічних і соціально-економічних завдань в умовах, коли немає інформації про розв'язання аналогічних проблем у минулому.

Метод «Дельфі» – один із найбільш поширених методів експертної оцінки майбутнього, тобто експертного прогнозування.

Цей метод розроблений американською дослідницькою корпорацією REND і служить для визначення та оцінки ймовірності настання тих чи інших подій. Він характеризується трьома особливостями, які відрізняють його від звичайних методів групової взаємодії експертів.

До таких особливостей належать:

- анонімність експертів;
- використання результатів попереднього туру опитування;
- статистична характеристика групової відповіді (Додаток I).

Анонімність полягає у тому, що в ході проведення процедури експертної оцінки прогнозованого явища, об'єкта учасники експертної групи невідомі один одному. При цьому взаємодія членів групи при заповненні анкет повністю усувається.

Використання результатів попереднього туру опитування полягає у тому, що, оскільки групова взаємодія здійснюється безпосередньо за допомогою відповіді на анкету, фахівець або організація, які проводять дослідження за методом «Дельфі», враховує в анкеті тільки ту інформацію, яка стосується цієї проблеми. Спеціаліст-прогнозист враховує думку експертів, всі «за» і «проти».

Статистична характеристика групової відповіді полягає у тому, що група фахівців складає прогноз, котрий містить погляди тільки більшості експертів, тобто такі погляди, з якими могла б погодитися більшість групи (рис. 3.4).

Організатором проведення експертизи зазвичай є керівник організації, тільки він зможе вирішити організаційні та фінансові питання. Також ним визначаються цілі дослідження, які повинні бути досягнуті в результаті впровадження рекомендацій експертизи.

До групи експертів для зіставлення важливості окремих показників залучено спеціалістів, які добре обізнані на проблематиці, що досліджується, визначається професіоналізмом, компетентністю, практичним досвідом. Експертні опитування були проведені у три тури.

Результати кожного туру після певної статистичної обробки даних направлялись кожному експерту для ознайомлення з думками своїх колег. Анонімність досягається тим, що члени групи невідомі один одному. У результаті кожен експерт, ознайомившись із думками анонімних колег, може співставити свої відповіді з іншими та узагальненими висновками всієї групи експертів і при бажанні змінити свою думку без публічної заяви про це, а відповідно, і без втрати репутації.

Такий зворотний зв'язок дозволяє поступово підвищувати ступінь узгодженості думок експертів. Матриця балів за результатами третього туру представлена в Додатку К.

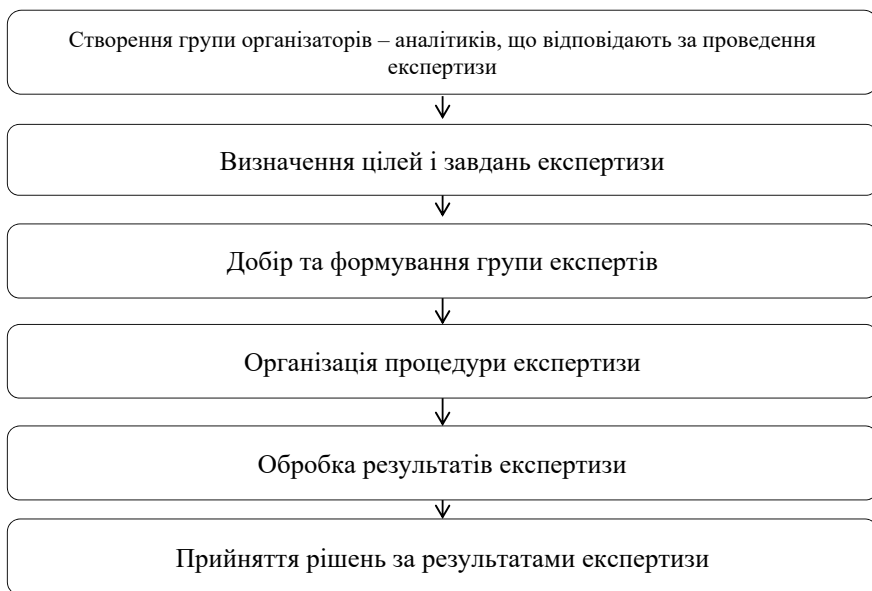


Рис. 3.4. Організаційна блок-схема проведення експертної оцінки на базі методу «Дельфі»

Джерело: розроблено автором за даними [65]

Оскільки колективна експертна оцінка передбачає декілька турів, вимоги до формування анкет поетапно змінюються від туру до туру.

Експертна оцінка ризику – суб’єктивний висновок щодо певного економічного явища (ризик), отриманий фахівцями після його дослідження і аналізування.

Отримана в результаті анкетного опитування інформація – це так званий «сирий матеріал» і тому не може бути використана безпосередньо як експертиза спеціалістів із певної проблематики.

Після першого туру опитування експертів обчислюється узагальнений коефіцієнт значимості u -ї вартості за формулою:

$$Q_j = \sum Q_{ij}^1 / n, \quad (3.1)$$

де Q_{ij} – кількісна оцінка значимості j -го показника, виставлена i -тим експертом після першого туру опитування; n – число експертів.

Кожного експерта інформують про значення Q_{ij} і Q_j за результатами першого туру з необхідною мотивацією.

У другому турі експертного опитування експерти визначають Q_i^1 (з відповідними обґрунтуваннями й уточненнями. За формулою, аналогічною першій, встановлюються остаточні коефіцієнти «вагомості» будь-якого j -го показника Q_j , які й потрібно використовувати в рейтингу купівельного попиту.

$$Q_j^1 = \sum Q_{ij}^1 / n \quad (3.2)$$

Після першого туру рівень погодження думок експертів за коефіцієнтом конкордації ($K_{кон}$) становив 0,312; після другого туру – 0,426; третього – 0,580.

У Додатку К представлено дискретне групування балів. Показники цієї таблиці показують, яку кількість балів тієї чи іншої величини надали експерти окремим показникам.

Мода і медіана ряду розподілу представлена у таблиці 3.1. Показник дозволяє відповідно оцінити, яка кількість балів є найбільш важливою для кожної ознаки.

Найбільшу кількість балів («100») отримав показник «Термін окупності». 11 експертів з 20 виставили цей бал. «90» балів виставили 5 експертів цього ж показника.

У межах «90–100» балів експерти надали таким показникам: «Чистий балансовий прибуток» – 8 випадків; «Грошовий потік» – 9 випадків; «Термін окупності» – 16 випадків.

Мода і медіана дискретного ряду розподілу

Назва статистичного показника	Показники																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Мода	60	80	60	80	10	90	40	40	50	50	70	50	70	60	90	60	100	50
Медіана	60	60	55	70	80	80	30	35	60	60	70	50	60	20	40	70	90	50

Джерело: розраховано авторами за даними досліджуваного підприємства

Якщо розглядати моду та медіану (табл. 3.1), найбільш типовою оцінкою експертів є «50–60» балів. Характеризуючи моду дискретного ряду розподілу, по 2 експерти виставили по «100», «90», «80», «70», «40» балів. У рівній кількості по 4 експерти виставили «50» та «60» балів.

Матриця рангів представлена в Додатку Л. Ранжування показників відповідно до рівня зниження відносної важливості представлені в таблиці 3.2.

Аналізуючи ці таблиці, ми можемо зробити висновки, що експерти надали увагу тим показникам, які характеризують фінансові результати та фінансовий стан підприємства загалом.

На основі матриці рангів у таблиці 3.3. представлені дані середньої суми рангів та квадратів відхилень суми рангів від середньої суми.

У Додатку М наведені дані матриці переваг. Шляхом послідовного виключення одного з експертів, був проведений розрахунок коефіцієнта конкордації.

Таблиця 3.2

Ранжування показників по мірі зниження відносної важливості

Номер згідно з анкетною	Показник	Середнє значення рангу	Номер відповідно відносної важливості
17	Термін окупності	2,45	1
6	Чистий/балансовий прибуток	4,25	2
5	Грошовий потік	4,75	3
4	Коефіцієнт автономії	6,375	4
15	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	6,825	5
16	Коефіцієнт фінансової стійкості	7,025	6
11	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	7,425	7
14	Рентабельність реалізованої продукції	8,425	8
2	Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	9,25	9
13	Рентабельність основних засобів	9,475	10
9	Індекс дохідності	9,775	11
10	Коефіцієнт зносу основних запасів	10,85	12
1	Коефіцієнт покриття довгострокових вкладень	12,375	13
3	Коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів	12,55	14
12	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	12,825	15
18	Діагностика ймовірності банкрутства підприємства	13,25	16
8	Фондоємність	16,65	17
7	Фондовіддача	17,075	18

Джерело: розраховано авторами за даними досліджуваного підприємства

Визначення середньої суми рангів та квадратів відхилень суми рангів від середньої суми (на основі матриці рангів)

Показник	Сума рангів (Sj)	Відхилення суми від середньої суми dj	dj ²
Коефіцієнт покриття довгострокових вкладень	247,5	56,33	3173,1
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	185	-5,67	32,2
Коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів	251	60,33	3639,7
Коефіцієнт автономії	127,5	-63,17	3990,5
Грошовий потік	95	-95,67	9152,7
Чистий/балансовий прибуток	85	-105,67	11166,2
Фондовіддачі	341,5	150,83	22749,7
Фондоємність	333	142,33	20257,8
Індекс дохідності	195,5	4,83	23,3
Коефіцієнт зносу основних запасів	217	26,33	693,3
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	148,5	-42,17	1778,3
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	256,5	65,83	4333,6
Рентабельність основних засобів	189,5	-1,17	1,4
Рентабельність реалізованої продукції	168,5	-22,17	491,5
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	136,5	-54,17	2934,4
Коефіцієнт фінансової стійкості	140,5	-50,17	2517,0
Термін окупності	49	-141,67	20070,4
Ймовірності банкрутства підприємства	265	74,33	5524,9
Разом:	3432	-0,56	112530
в середньому:	190,67	-0,03	6251,67

Джерело: розраховано авторами за даними досліджуваного підприємства

Виключення з розрахунків одного з експертів, номери яких 2, 4, 5, 9, 10, 19, сприяло підвищенню ступеня погодженості думок експертів, що призвело до зростання коефіцієнта конкордації. А виключення експертів під номерами 6, 11, 17, 20 призвело до зниження коефіцієнта конкордації.

У Додатку Н представлені показники порівняльної важливості напрямів. Оцінка показників відносної важливості напрямків свідчить про те, що група експертів віддала перевагу в основному 5, 6 і 17 напрямкам та менш схильна вважати доцільними 7-й і 12-й напрямки. Показники частоти максимально можливих оцінок свідчать про те, що тільки для трьох напрямків експерти призначили 100-бальну оцінку, з них для 5-го напрямку – в п'ять разів, для 6-го напрямку – вдвічі та для 17-го напрямку – в одинадцять разів.

Проведене дослідження щодо вибору та оптимізації сукупності показників оцінювання інвестиційної привабливості для підприємств плодово-овочевої галузі дало змогу сформуванню важливих висновків. Так, при оцінюванні інвестиційної привабливості потенційні інвестори в першу чергу досліджують термін окупності, що визначає період часу, протягом якого інвестор повністю повертає свої кошти, які були інвестовані. Крім цього показника, можна виділити ще два значних показника: чистий/балансовий прибуток та грошовий потік. Разом із тим, експерти не приділили увагу таким показникам як фондовіддача, що показує загальну віддачу від використання кожної гривні, витраченої на основні виробничі фонди, тобто ефективність цього вкладення коштів та фондоємність, що характеризує частку витрат на основні фонди, яка приходить на випуск однієї грошової одиниці продукції.

Вирішальний аналіз даних анкетного опитування свідчить про високу достовірність результатів. Це підтверджено статистичними розрахунками (критерій Пірсона, коефіцієнт конкордації та ін.). Тобто обрані інструменти, які використані для досягнення поставлених цілей, повністю виправдали свою корисність.

Отже, аналіз результатів анкетного опитування свідчить, що метод «Дельфі» є дієвим способом ранжування показників за відносної важливості. Такий метод дає можливість виділити ряд показників, що в нашому випадку визначають інвестиційну привабливість підприємства.

Результати колективних експертних оцінок дають змогу ефективно оцінити інвестиційну привабливість підприємств плодово-овочевої галузі. Було розв'язано проблему вибору оптимального комплексу ран-

жованих показників із сукупності альтернативних. Отримані результати можуть бути використані як провідними фахівцями для оцінювання інвестиційної привабливості підприємств плодово-овочевої галузі, так і науковцями у своїх подальших дослідженнях щодо підприємств галузі.

3.3. Державне регулювання – важливий фактор підвищення ефективності функціонування ринку плодово-овочевої продукції

Для розвитку регіонального ринку плодово-овочевої продукції, підвищення ефективності його функціонування варто використовувати позитивну практику як світового сільськогосподарського ринку, так і комплексу заходів державних і регіональних органів влади зі стимулювання цього процесу.

Національна стратегія продовольчої безпеки України повинна включати відповідні заходи та механізми економічної політики:

- діяльність держави по забезпеченню продовольчої безпеки;
- моніторинг факторів, що визначають загрозу продовольчої безпеки;
- розробка критеріїв та параметрів продовольчої безпеки;
- виявлення відхилення від порогових значень продовольчої безпеки, створення заходів щодо подолання небезпеки;
- реалізація заходів по подоланню загроз або їх недопущення;
- експертиза прийнятих рішень з позиції продовольчої безпеки.

Під державним регулюванням ринку плодово-овочевої продукції ми розуміємо систему заходів із централізованого впливу держави та регіональних органів на основні елементи ринку, такі як попит і пропозиція, умови реалізації, контроль якості плодово-овочевої продукції, інфраструктуру тощо.

Концепція державного регулювання плодово-овочевого ринку виникає з основоположного принципу ринку, відповідно до якого товаровиробникам у сфері агропромислового комплексу гарантується можливість вільної реалізації всієї продукції.

Державне регулювання розвитку економічного потенціалу підприємств полягає у створенні та забезпеченні державою правових, організаційних та економічних умов для ефективного його розвитку (рис. 3.5.).

Що стосується саме плодово-овочевої галузі, механізм державного регулювання повинен у першу чергу, базуватися на коригуванні цін на ринку плодово-овочевої продукції; державній підтримці для підприємств в оподаткуванні; пільгових умовах кредитування; консуль-

тативних послугах із питань маркетингу. Завдання органів державної влади – стимулювати формування ринкової системи збуту та реалізації плодово-овочевої продукції.



Рис. 3.5. Механізм державного регулювання переробних підприємств плодово-овочевої галузі

Джерело: розроблено авторами

Державне регулювання і регулювання регіонального ринку плодово-овочевої продукції здійснюються в таких основних формах [76, 155]:

- законодавчій, яка передбачає прийняття спеціальних законодавчих актів, які забезпечують рівні умови конкуренції, що перешкоджають встановленню невиправдано високих цін;
- податковій та кредитній, що базуються на використанні податків та кредитів для підтримки виробництва плодово-овочевої продукції на необхідному рівні;

- субвенційній, яка передбачає надання державних субсидій сільськогосподарським виробникам плодів та овочів, що дозволяє їм покривати витрати виробництва.

Здійснення заходів державного регулювання регіонального ринку плодово-овочевої продукції необхідне для [155, 167]:

- повного забезпечення населення якісною плодово-овочевою продукцією та споживання її на рівні науково обґрунтованих медичних норм харчування;
- стимулювання зростання обсягів виробництва плодово-овочевої продукції (зростання пропозиції на регіональному ринку);
- стимулювання підвищення економічної ефективності виробництва та прибутковості підприємств, зайнятих виробництвом і переробкою плодово-овочевої продукції;
- гарантії певного рівня прибутків, що забезпечує сільськогосподарським товаровиробникам можливість накопичення коштів для розширеного виробництва;
- захисту внутрішнього (регіонального) ринку від імпорту;
- розвитку інфраструктури ринку.

У країні та її суб'єктах безпосередній вплив на ринки плодово-овочевої продукції відбувається у [133, 140, 147, 150, 156]:

- регулюванні цін та прибутків у плодово-овочевому господарстві;
- прямій товарній та закупівельній інтервенції держави на ринку;
- безпосередній участі держави у виробництві та реалізації плодово-овочевої продукції;
- прийнятті цільових державних програм із розвитку плодово-овочевого господарства;
- управлінні якістю продукції через систему стандартів, умов і якісних характеристик;
- кредитуванні й оподаткуванні;
- науковому забезпеченні галузі;
- правовому та методичному забезпеченні державного регулювання ринку плодово-овочевої продукції.

Регульовані ціни встановлюються в адміністративному порядку – урядом, рішеннями відповідних регіональних державних органів влади. Цінове регулювання передбачає також встановлення межового рівня прибутковості у сфері переробки, заготівлі та торгівлі з метою захисту як споживачів, так і сільськогосподарських виробників плодово-овочевої продукції.

Для стабілізації кон'юнктури ринку плодово-овочевої продукції держава здійснює на ньому закупівельні та товарні інтервенції. Прямі закупівельні та товарні інтервенції здійснюються державою через систему закупівельних організацій (державні корпорації, акціонерні товариства, фірми та інші). Їхня діяльність перебуває під прямим контролем держави.

Закупівельні інтервенції є засобом підтримки сільськогосподарських товаровиробників тоді, коли вони не в змозі реалізувати свою продукцію через скорочення попиту на неї. Закупівельні інтервенції проводяться також у тих випадках, коли ціни на плодово-овочеву продукцію нижчі від мінімальних. Якщо ж на ринку виникає дефіцит плодово-овочевої продукції і зростання цін вище максимального рівня, то державні агенти організують розпродаж продукції із резервів держави, тобто здійснюють товарні інтервенції на ринку. При цьому резервний державний фонд може поповнюватися за рахунок таких основних джерел:

- закупівля на державні потреби за гарантованими закупівельними цінами на плодово-овочеву продукцію;
- закупівля на оптових ринках;
- закупівля за кордоном (тих видів плодів і овочів, що мають попит на ринку, але не виробляються в країні).

Поряд із проведенням закупівельних та товарних інтервенцій однією із форм регулювання ринку плодово-овочевої продукції та підтримки сільськогосподарських товаровиробників є участь держави в заставах операціях із плодово-овочевою продукцією.

Предметом застави може бути як вже вироблена плодово-овочева продукція, так і продукція майбутнього врожаю. Участь держави в заставі плодово-овочевої продукції, сировини полягає у виділенні бюджетних ресурсів; кредитуванні; виділенні бюджетних асигнувань або кредитуванні, необхідних для компенсації витрат із збереження та обробки плодово-овочевої продукції, сировини, придбаних у власність держави.

Застава сільськогосподарської продукції, сировини може бути зупинена за ініціативи заставодавця з виконанням забезпеченого заставою зобов'язання або придбанням у встановленому порядку у власність держави закладеної сільськогосподарської продукції, сировини.

Закладені продукція та сировина, що перейшли у власність держави, використовуються для проведення державних товарних інтервенцій, формування державних продовольчих фондів для інших цілей.

Безпосередня участь у виробництві плодово-овочевої продукції здійснюється через державні підприємства або підприємства за участю держави.

Управління якістю плодово-овочевої продукції вирішується через стандарти залежно від кінцевого призначення продукції (споживання у свіжому або переробленому вигляді), які розробляються за відповідними методиками.

Правове та методичне забезпечення системи державного регулювання регіонального ринку плодово-овочевої продукції потребує виконання таких заходів:

- розробки та формування системи державного регулювання регіонального аграрного ринку загалом, а також основних його сегментів (ринку плодово-овочевої продукції зокрема);
- розробки методик та рекомендацій для розрахунку показників, що використовуються в системі державного регулювання.

Необхідною умовою підготовки законів, правил та інших документів, що регулюють ринок плодово-овочевої продукції, має бути чіткий розподіл відповідальності між державою та місцевими виробниками, а також певні повноваження держави. Для кожного розробленого та реалізованого заходу необхідно визначити як джерело фінансування, так і використання виділених коштів.

При переході до ринкових відносин, в умовах відмови від державного планування всіх галузей агропромислового виробництва, найефективніший інструмент формування ринкових структур та механізмів їх регулювання спрямовані на комплексні програми, що включають не лише безпосереднє виробництво, а інші сектори не побутового промислового виробництва. В тому числі аспекти виробничих відносин.

Програма підготовки та розвитку продовольчого ринку України та її окремого регіону повинна включати заходи щодо створення необхідного рівня постачання (виробництва) сільськогосподарської продукції, заходи щодо створення ринкової інфраструктури, підтримання прибутковості сільськогосподарських товаровиробників на рівні, необхідному для збільшення виробництва, гарантованих цін та інших організаційно-економічних заходів, застосування яких необхідне для організації нормального функціонування продовольчого ринку. Програма також

передбачає обсяг фінансування з державного бюджету, різні пільги та заохочення, які призначаються учасникам програми.

Цільові комплексні програми пов'язують у єдину систему більшість напрямів державного регулювання, але одночасно з цим не включають самостійного використання інших важелів державного регулювання, таких як ціна, фінансово-кредитна політика, податки тощо. Цільові комплексні програми приймаються на обмежений термін на 3-5 років.

Поряд із комплексними програмами, що охоплюють все сільське господарство, можуть прийматися і програми розвитку за окремими його галузями та сферами.

У 2011 р. Кабінетом Міністрів України було затверджено Розпорядження «Про схвалення концепції розвитку овочівництва та переробної галузі» від 31 жовтня 2011 р. № 1120-р. [155], основні положення якого лягли в основу Стратегії розвитку аграрного сектору економіки України до 2020 року [157] та Програми розвитку аграрного сектору економіки України до 2020 року [157]. Ідея полягала у збільшенні обсягу виробництва високоякісних рослинних продуктів, забезпеченні окремих рослинних продуктів у кількостях, що відповідають певним відповідним стандартам наукового використання, та виробленні розробки маркетингових стратегій, пов'язаних із поставками цієї продукції.

У Вінницькій області рішенням Вінницької обласної ради № 40 від 11 лютого 2015 року була прийнята Програма розвитку особистих селянських фермерських господарств, фермерського руху на селі та до-радництва на 2016–2020 роки (далі – Програма) [131]. Метою програми було створити відповідне та стійке середовище для підтримки розвитку сільського господарства, сільськогосподарських та корпоративних службових кооперативів як важливого соціального та економічного центру для підвищення продуктивності сільського господарства, створення робочих місць, розвитку сільських районів та підвищення якості життя сільського населення. в загальному. Метою Програми було, серед іншого, забезпечити збільшення річного виробництва до 2020 року незалежними фермерськими господарствами та фермами: картопля - на 5%, овочі - на 5%, цукор за цукром - на 5%, фрукти та ягоди - на 6% проти рівня, досягнутих у 2015 році.

Основною проблемою особистих селянських та фермерських господарств, що визначена в Програмі, є збут сільськогосподарської продукції, яку вони виробляють, забезпечення її якості відповідно до ді-

ючих стандартів, запровадження засобів малої механізації, складських приміщень тощо.

Відповідно до прийнятої Програми, система державного регулювання пропозиції плодово-овочевої продукції на регіональному продовольчому ринку повинна бути спрямована на досягнення першочергових цілей [93]:

- забезпечення стабільних економічних і соціальних умов для розвитку сільськогосподарської сфери ринку плодово-овочевої продукції;
- формування регіональних продовольчих фондів;
- захист регіонального ринку від зовнішнього ринку (імпорту);
- інтеграція ринкового простору;
- зниження негативного впливу на навколишнє середовище.

Для досягнення поставлених цілей втручання держави на ринок плодово-овочевої продукції має здійснюватися за такими основними напрямками:

- гарантії держави з придбання всієї продукції, представленої сільськогосподарськими товаровиробниками на ринку;
- введення системи регульованих цін на плоди та овочі;
- дотації держави на окремі види плодів і овочів;
- дотації держави на придбання матеріально-технічних ресурсів, необхідних для нормального функціонування ринку плодово-овочевої продукції;
- пільгове кредитування та пільгове оподаткування;
- фінансування наукових програм із проблем селекції, насінництва, вдосконалення технологій виробництва, переробки та збереження плодів та овочів.

Відповідно до Програми економічного і соціального розвитку Вінницької області [152], за 2019 рік реалізувався ряд проєктів міжнародної технічної допомоги, по яких облдержадміністрація виступає бенефіціаром, а саме:

1. Проєкт «Енергоефективний Гнівань – енергетична політика для сталого розвитку міста Гнівань». Проєкт фінансується Європейським Союзом в рамках ініціативи та програми «Угода мерів – Демонстраційні проєкти» та реалізується Гніванською міською радою у партнерстві з Громадською організацією «Єврорегіон «Дністер». Загальний бюджет складає 970 913 євро. У проєкті, серед іншого, визначено завдання міських голів щодо забезпечення зменшення викидів CO₂ в атмосфе-

ру. Результати проекту відповідають цілям сталого розвитку України, які представлені 15 вересня 2017 року Урядом України у Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна» (далі – ЦСР), що визначає базові показники для досягнення (ЦСР), зокрема: подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільського господарства; забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх у будь-якому віці; сприяння поступальному, всеохоплювальному та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх; створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям; забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва.

2. Проект «Сільський туризм – правильний крок на шляху поліпшення транскордонного співробітництва між Сорокським районом (Республіка Молдова) та Ямпільським районом (Україна, Вінницька область)», який співфінансується Європейським Союзом, за допомогою Програми підтримки територіального співробітництва країн Східного партнерства Молдова–Україна. Одним із важливих етапів реалізації проекту стала реставрація музею вина та виноробства, що має важливе значення у підтримці культури та традицій плодоовочівництва у Ямпільському районі.

3. Проект «Кластер «Яблуневий шлях»». Відповідно даним пілотного проекту в рамках Ініціативи «Мери за Економічне Зростання», основною метою є збільшення доданої вартості регіонального бренду «Подільське яблуко» за допомогою створення кластеру «Яблуневий шлях» із метою популяризації Вінницької області як «яблуневого раю» в Україні на базі Северинівської та Барської об'єднаних громад. Проект упроваджується на території Северинівської та Барської громад, виконуючи такі завдання:

- створення туристичних об'єктів у складі кластеру «Яблуневий шлях», розвиток інфраструктури в секторі виробництва, освіти та відновлення здоров'я;
- налагодження зв'язків із місцевим бізнесом з метою створення інших кластерів, а також розвитку співпраці компаній одна з одною для запуску нової, кращої якості та дешевшої місцевої продукції;
- популяризація муніципалітету серед інвесторів, підтримка місцевих товарів і послуг, підвищення рівня знань студентів, викладачів та місцевих підприємців у сфері сільського господарства.

Протягом 2018–2019 рр. у Вінницькій області на території Барської та Северинівської об'єднаних територіальних громад реалізується грантовий проєкт технічної фінансової допомоги Європейського Союзу Кластер «Яблуневий шлях», метою якого є створення агротуристичного кластеру для популяризації регіонального продукту «подільське яблуко». На даний час у рамках реалізації проєкту завершуються ремонтні роботи в Северинівському санаторії, в якому буде проводитись дводенний цикл лікувально-відновлювальних процедур. Із метою організації переробки вирощеної плодової продукції на базі Северинівського комунального підприємства тривають ремонтні роботи. Здійснюються реставраційні роботи будинку Деніса Макклера та цілорічної теплиці з різними сортами яблунь та інших плодово-ягідних культур біля Северинівського санаторію. З метою розвитку туристичної та оздоровчої складової проєкту здійснюються заходи з розробки рекреаційних та спортивно-туристичних маршрутів із урахуванням архітектурних та природних пам'яток території. В липні 2019 року був проведений тематичний фестиваль «Фруктосмак Фест», Северинівська об'єднана територіальна громада (долі – ОТГ). Наразі ведеться підготовка до проведення тренінгів, а також готується документація для створення інноваційного навчального центру у Северинівській ОТГ та модернізації музею садівництва в с. Олександрівка.

Ще одна група заходів, спрямована на нормалізацію економічних стосунків на ринку плодово-овочевої продукції, пов'язана з формуванням оптової ланки продовольчого ринку [44, 84, 208, 225]. У сучасних умовах сфера малої роздрібної торгівлі розвивається швидко, вилучаючи величезні фінансові ресурси з нормального обігу грошового капіталу.

У Концепції розвитку овочівництва та переробної галузі від 31 жовтня 2011 р. № 1120-р. [155] визначено, що ефективність функціонування овочівництва та переробної галузі значною мірою стримується внаслідок порушення партнерських відносин між сільськогосподарськими товаровиробниками, переробними та торговельними підприємствами. Прибутковість у ланцюзі «виробництво – переробка – реалізація» досягається шляхом збитковості виробничої ланки та спекулятивного ціноутворення в системі оптової і роздрібної торгівлі. Ланцюг «виробник – оптовий продавець – роздрібний продавець – споживач» переважаний великою кількістю суб'єктів господарювання, що значною мірою підвищує ціни на овочеву продукцію. Доходи посередників перевищують доходи виробників майже у 1,5–2 рази.

Система оптових продовольчих ринків повинна охоплювати всі рівні: державний, регіональний, місцевий. На кожному з них оптові ринки виконуватимуть свої функції. При цьому вкрай важливо, щоб сільськогосподарський товаровиробник усюди виступав на ринку, як правило, в організованих об'єднаннях, переважно кооперативного типу. На наш погляд, у такому випадку для сільського господарства буде більше можливостей отримання частини прибутку від реалізації кінцевої продукції.

Беручи до уваги той факт, що це ринки певних видів продукції, наприклад, ринок фруктів та овочів, також доцільно створювати відповідні комбінації: овочі, фрукти, продукти переробки та інші. Цей процес повинен починатися від основ, від безпосередніх виробників сільськогосподарської продукції, які потребують державної підтримки як на регіональному, так і на національному рівні. У той же час насамперед необхідна співпраця держави у фінансуванні створення капіталомістких інфраструктурних об'єктів для оптових ринків продовольства: основа для збереження продукції, а також її транспортування, інформаційне забезпечення.

Однією з важливих проблем сільськогосподарського виробництва сьогодні є взаємозв'язок між сільським господарством та переробною промисловістю. Аналіз показав, що частка фермера в кінцевій ціні продукту занадто мала і не відображає фактичний внесок усіх суб'єктів харчового ланцюга «з поля в торгівлю».

У нинішній ситуації ми бачимо вихід у зміні форм та змісту економічних відносин в агропромисловому комплексі, основними учасниками якого є фермери та переробники. Вони знаходяться в одному технологічному ланцюжку і працюють над одним кінцевим продуктом (результатом), тому гармонія їх інтересів повинна підтримуватися. Це завдання важко вирішити без активного втручання держави. Існує безліч варіантів, одним із яких є створення різноманітних асоціацій та кооперативів на основі часткової участі з метою об'єднання ресурсів та залучення інвестицій. Безпосередніми членами асоціації є підприємства, що переробляють свіжу фруктово-овочеву продукцію, та сусідні садівничі та овочеві господарства.

Основою об'єднання, що забезпечує дотримання інтересів всіх його учасників, може слугувати договір про спільну діяльність, пов'язану із закупівлею плодів та овочів, їх переробкою, збереженням та реалізацією.

Головним моментом у регулюванні взаємостосунків є економічно обґрунтований розподіл між всіма учасниками частки вартості кінцевої продукції. Такий розподіл має базуватися на методиці, що враховує нормативну фондо-, матеріало- та працемісткість виробництва в кожній його ланці [43].

Говорячи про гарантії уряду щодо прийняття всієї продукції, ми зазначаємо, що це не виключає вільного входу сільськогосподарських виробників на ринок, а лише означає, що якщо виробник з якихось причин відмовляється очолювати ринок. Уряд забезпечує отримання його продукція за гарантованими цінами (ціна та іпотека). Таким чином, гарантія прийняття продукції дає впевненість сільськогосподарським виробникам захищати їх від падіння, стимулюючи ріст виробництва фруктів та овочів, що в кінцевому рахунку сприяє стабільності регіонального ринку овочів та фруктів.

Формування єдиного ринку плодово-овочевої продукції на основі взаємовигідних економічних умов із урахуванням територіального розподілу праці потребує:

- єдиної для всієї території держави цінової стратегії державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників;
- відмови від будь-яких обмежень на міжрегіональний обмін продукцією на плодово-овочевому ринку;
- державних програм підтримки сільськогосподарських товаровиробників, особливо тих, які функціонують у несприятливих природно-кліматичних умовах;
- формування державних та регіональних продовольчих фондів.

Наявність державних і регіональних продовольчих фондів необхідна, перш за все, для накопичення товарних запасів і проведення інтервенції на ринку плодово-овочевої продукції. Державний фонд слугує також для постачання окремих територій країни, наприклад, північних регіонів, де виробництво плодів та овочів із причини несприятливих кліматичних умов неможливе або вкрай обмежене. Регіональні продовольчі фонди виконують у наш час аналогічні функції постачання.

У сучасних умовах поповнення державних і регіональних фондів має бути засноване на укладанні контрактів із сільськогосподарськими товаровиробниками на поставки плодово-овочевої продукції. При цьому для товаровиробника укладений контракт має бути привабливим із економічного погляду. У цьому випадку при його укладанні необхідне дотримання таких умов:

- гарантовані закупівельні ціни на плодово-овочеву продукцію мають забезпечувати сільськогосподарським товаровиробникам, які активно працюють, умови для розширеного виробництва;
- пільгові кредити та податкові пільги, державна підтримка сільськогосподарських товаровиробників через відповідні програми, де спеціально оговорюються умови про виділення різноманітних дотацій, субсидій, субвенцій при виконанні умов укладеного контракту.

Відзначимо, що аналогічні вимоги можуть бути сформульовані і відносно інших каналів реалізації, доступних державному регулюванню.

Державна підтримка та захист сільськогосподарських товаровиробників повинні допомогти зменшити виробничі витрати та розподілити прибуток від продажу кінцевої продукції. У цьому випадку заходи, спрямовані на зменшення використання матеріально-технічних ресурсів, транспортні тарифи та різні форми компенсації, стають все більш ефективними. Такий механізм буде ефективним в першу чергу доти, поки не буде встановлений чіткий взаємозв'язок між сільським господарством та іншими секторами та галузями сільськогосподарського виробництва. Однак такий підхід не виключає придбання продуктів, які не продаються за ринковими цінами, постачання сировини, перешкоди та інші форми регулювання ринку фруктів та овочів за гарантованими цінами.

Законодавча база України продовольчу безпеку визнає як пріоритетну сферу національної безпеки. У Законі України «Про основи національної безпеки України» від 21.06.2018 р. № 2469-VIII вказано, що «національна безпека – захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, за якої забезпечується сталий розвиток суспільства, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних та потенційних загроз національним інтересам у сферах правоохоронної діяльності, боротьби з корупцією, прикордонної діяльності та оборони, міграційної політики, охорони здоров'я, охорони дитинства, освіти та науки, науково-технічної та інноваційної політики, культурного розвитку населення...» [148].

Державне регулювання ринку плодово-овочевої продукції може бути ефективним тільки в тому випадку, якщо воно здійснюється на законній основі. Вирішенню цього завдання в певній мірі сприяє прийняття законодавчих та нормативних актів, постанов Кабінету Міністрів України. Нині в Україні державні закупівлі в агропромисловому

комплексі здійснюються на основі Наказу Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України «Про затвердження форм документів у сфері публічних закупівель» від 22.03.2016 № 490 [144], Наказу Міністерства розвитку економіки і торгівлі України «Про затвердження Порядку визначення предмета закупівлі» від 17.03.2016 № 454 [142], Закону України «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015 № 922-VIII [48], Постанови Кабінету Міністрів України «Про здійснення попередньої оплати товарів, робіт і послуг, що закуповуються за бюджетні кошти» від 23.04.2014 № 117 [146].

Усі ці та інші норми закону створюють мінімальну стабілізуючу основу на ринку плодово-овочевої продукції, але, на жаль, уряд виконує її поки не в повному обсязі.

Сьогодні закупівлі сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства для державних потреб складають невеликий відсоток від загального обсягу виробництва.

Іншим важливим законом, який торкається цієї проблеми, є прийнятий Верховною Радою Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України» № 1877-IV в редакції від 27.02.2020 (№ 465-IX) [138]. Даний Закон визначає основи державної політики у бюджетній, кредитній, цінovій, регуляторній та інших сферах державного управління щодо стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції та розвитку аграрного ринку, а також забезпечення продовольчої безпеки населення. Закон виділяє серед форм впливу, передусім, державні гарантії паритету цін на сільськогосподарську продукцію та засоби виробництва і послуги для сільського господарства, реалізацію виробленої продукції як мінімум за гарантованими цінами, фінансування заходів із відновлення родючості ґрунту, розвитку соціальної інфраструктури на селі, пільгового кредитування, часткової компенсації витрат на паливно-енергетичні ресурси, мінеральні добрива, комбікорми, пільгового оподаткування сільськогосподарських товаровиробників. Особливу увагу в Законі приділено державному регулюванню кредитування та субсидіювання сільськогосподарських товаровиробників.

Аналізуючи положення Закону «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» 481/95-ВР в редакції від 27.02.2020 р. [135] можна з великою впевненістю відзначити, що даний документ торкається багатьох складних та неоднозначних питань в АПК Украї-

ни, які виникли в перехідний на ринкові відносини період. Але, як ми уже вказували вище, державне регулювання ринку плодово-овочевої продукції має здійснюватися як на державному, так і на регіональному рівнях. І тому дуже важливо, щоб центральні органи законодавчої і виконавчої влади, спільно з місцевими органами виконавчої влади вживали всіх можливих заходів із реалізації основних положень Законів, що приймаються.

Регіональне регулювання ринку плодово-овочевої продукції у сучасних умовах має задіяти всі можливі механізми підвищення реальної відповідальності органів державної влади за виконання зобов'язань із регулювання як регіонального продовольчого ринку загалом, так і основних його сегментів, здійснити функції із захисту внутрішнього ринку та контролю за якістю імпортованої продукції, із регулювання цін і своєчасного проведення державних закупівель, стимулювання науково-технічного прогресу в АПК, запобігання руйнуванню матеріально-технічної бази сільського господарства та накопиченого за багато десятиліть потенціалу сільськогосподарської науки.

ВИСНОВКИ

У монографії здійснено теоретичні узагальнення та представлено авторське вирішення наукового завдання щодо механізму вдосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі. Зокрема, отримано такі результати:

1. Досліджено теоретико-методологічні засади організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі. Визначено задачі, методіку формування, зовнішні та внутрішні чинники функціонування організаційно-економічного механізму управління підприємством. Обґрунтовано роль держави при функціонуванні організаційно-економічного механізму управління підприємством. Запропонований концептуальний підхід щодо формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі сприятиме вирішенню низки економічних питань щодо розвитку регіонів, загального підвищення ефективності аграрного сектору. Запропоновані та узагальнені фактори зовнішнього та внутрішнього середовища для забезпечення ефективності управління організаційно-економічного механізму. Удосконалений організаційно-економічний механізм в плодово-овочевій галузі. Реалізація запропонованих напрямків розвитку механізму функціонування підприємств покликана сприяти структурній перебудові підприємства, забезпечити мотивацію високопродуктивної праці і підвищити конкурентоспроможність. Проведені дослідження надають можливість вирішити подальші завдання щодо формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі.

2. На основі дослідження сучасних підходів у науковій літературі до тлумачення організаційно-економічного механізму функціонування підприємства обґрунтовано його взаємозв'язок з економічною ефективністю діяльності підприємства, що відрізняється концептуальним підходом до оцінювання результативності функціонування господарчих суб'єктів ринку на основі ціноутворення, фінансово-кредитного механізму, податкового механізму, страхування сільськогосподарських ризиків, інвестиційного забезпечення, забезпечення прозорості ринку, захисту конкурентного середовища.

3. Запропонований підхід до визначення складових елементів організаційно-економічного механізму функціонування підприємств

плодоовочевої галузі дозволяє в повній мірі розкрити усі складові системи управління суб'єктами господарювання та виявити основні переваги та недоліки в їхній діяльності. Оцінено зарубіжний та вітчизняний досвід у формуванні організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі; представлені основні заходи державної підтримки аграрного сектору в США. Досвід розвинених країн демонструє, що активна державна політика розвитку плодоовочевої галузі повинна забезпечувати раціональне поєднання сфер виробництва і засобів виробництва, перехід від імпорту плодоовочевої продукції до закупівлі необхідних нових технологій і ліцензій, підтримку стабільної економічної ситуації в сільському господарстві і в переробному виробництві, продовольчу безпеку, конкурентоспроможність вітчизняних підприємств.

4. Встановлено тенденції розвитку українського і закордонних ринків плодоовочевої продукції, що підтверджують основну гіпотезу роботи про стабільне зростання обсягів споживання плодоовочевої продукції та підвищення інвестиційної привабливості плодоовочевого виробництва. Результати аналізу стану та тенденцій розвитку економіки плодоовочевої галузі України свідчать про важливість плодів, ягід та овочів в раціоні всіх вікових груп. Виробництво плодоовочевої продукції характеризується помірним рівнем прибутковості в останні періоди. Експортна орієнтація вітчизняних підприємств плодоовочевої галузі вимагає забезпечення більш суворих вимог до якості та цін. Баланс експорту та імпорту овочів та фруктів зміщується на користь експорту, однак імпорт овочів посідає все ще досить високу питому вагу. Існує необхідність додаткового формування загальної пропозиції вітчизняних плодів і ягід обсягом до 1,5 млн т. Встановлено, що нинішня логістична система плодоовочевої продукції не повною мірою відповідає умовам споживчого ринку. Представлено типові товари, що експортуються до Європейського Союзу та проведений аналіз експорту продукції з України до США. Визначені основні чинники підвищення ефективності виробництва плодоовочевої продукції, до яких слід віднести зміцнення матеріально-технічної бази підприємств, забезпечення збуту готової продукції неплатоспроможному населенню, зниження імпорту плодоовочевої продукції, добре налагоджений маркетинг, розвиток інфраструктури ринку, організація реклами.

5. В результаті аналізу ринку плодоовочевої продукції в Україні і Вінницькій області виявлено ряд лідерів даної галузі. Побудована

діаграма споживання свіжих фруктів за даними Ресурсного центру з питань аграрного маркетингу. Діяльність визначених лідерів характеризується використанням сучасного високопотужного та енергоощадного обладнання, значними земельними ресурсами, ефективною логістикою, автоматизованими виробничими процесами, потужною маркетинговою підтримкою, сучасними технологіями.

6. Результати аналізу стану підприємств Вінниці та Вінницької області які виробляють плодовоовочеву продукцію, доводять те, що має місце високий рівень ризиків і низька стійкість підприємств у стратегічній перспективі. Існує ризик недостатності фінансування. Ліквідність підприємств коливається в значних діапазонах. Загалом встановлена недостатня стійкість підприємств до коливань ринкового попиту. У зв'язку із цим, необхідним є суворий контроль витрат і забезпечення оптимального співвідношення випуску окремих видів продукції в загальній програмі випуску.

7. Обґрунтовано шляхи організації взаємодії підприємств та малого сільського бізнесу плодово-овочевої галузі на предмет надання їм маркетингових послуг для забезпечення необхідної гнучкості в конкурентній боротьбі. Запропоновано відповідну характеристику організаційної структури та менеджменту. Запропоновано підхід до розв'язання проблеми «безприбутковості» характеру поданих формувань. Запропоновано раціональну кооперативну маркетингову структуру підприємств плодово-овочевої галузі, що забезпечує ефективність використання ресурсного потенціалу в інтересах дрібних товаровиробниківнаселі. Тут передбачається застосування лише власних зусиль, спрямованих на розв'язання проблем виробництва продукції, її збуту, підтримки сільського населення. Запропоновано схему руху інформації, продукції та грошових коштів при маркетинговому обслуговуванні малих сільських переробних підприємств.

8. Оптимізація співвідношення обсягу створеної продукції і витрат підприємств плодово-овочевої галузі забезпечує необхідність виробництва, безбиткову роботу і конкурентні переваги, що лягає в основу розробленого механізму підвищення результативності роботи систем формування інвестицій. Залучення джерел інвестицій повинно відбуватись в порядку від найбільш дешевих (прибуток, амортизація) до кредитних, після дослідження потенціалу використання залучених коштів та проведення аналізу ситуації на грошовому ринку. Результати аналізу інвестиційної привабливості підприємств плодово-овочевої

галузі Вінницької області показали, що потенційні інвестори в першу чергу зацікавлені у грошовому потоці підприємств, чистому / балансовому прибутку, терміні окупності інвестицій.

9. Результати наукових досліджень показують, що сталий розвиток плодово-овочевої галузі вимагає науково обґрунтованого державного регулювання економічних відносин між усіма його сферами. Запропоновано шляхи розвитку механізму державного регулювання ринку плодово-овочевої продукції при здійсненні закупівель, інтервенції, заставних операцій. Пропоновано напрями розвитку цільових комплексних державних програм формування ринкових структур плодово-овочевої галузі. Слід вжити заходи щодо економічної підтримки галузі, а саме: запровадження бюджетного фінансування; встановлення пільгового податку на прибуток підприємств із переробки продукції; введення пільгового кредитування (не більше 5% річних) під закладку садів та ягідників із поступовим погашенням із початку їх плодоношення; підвищення частки бюджетних коштів у страхових платежах до 60%; запровадження мит на плодовоовочеву продукцію, що створює пріоритетні умови для вітчизняних товаровиробників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аграрний сектор України. Портал в галузях сільськогосподарського виробництва та у сфері аграрної науки і освіти. URL: <https://minagro.gov.ua/> (дата звернення: 12.02.2020).
2. Аграрний 2016-й: фрукти й овочі йдуть в Європу. Аграрне інформаційне агентство Agravery. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/agrarnij-2016-j-frukti-j-ovoci-jdut-v-evropu%20> (дата звернення: 11.01.2020).
3. Аграрний 2016-й: фрукти й овочі йдуть в Європу. Аграрне інформаційне агентство Agravery. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/agrarnij-2016-j-frukti-j-ovoci-jdut-v-evropu%20> (дата звернення: 12.01.2020).
4. Ажнюк М.О., Передрій О.С. Основи економічної теорії: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 368 с.
5. Азізов С.П., Саблук П.Т., Канінський П.К. Організація аграрного виробництва і бізнесу : підручник для студ. ВНЗ. Київ: ІАЕ, 2006. 788 с.
6. Амбросов В.Я., Онегіна В.М. Формування кредитного ринку в системі агробізнесу США. Міжнародний науково-виробничий Журнал «Економіка АПК». 2001. № 5. С. 115-121.
7. Амбросов В. Я. Формування виробничої програми розвитку підприємства. Вісник центру наукового забезпечення агропромислового виробництва Харківської області. 2009. Вип. 5. С. 191–201.
8. Ангелко І. В. Основні джерела формування інвестиційних ресурсів підприємства в умовах його розвитку. Молодий вчений. 2015. № 2 (17). С. 893-897.
9. Андерсен В. Регіональна конкуренція як фактор соціально-економічного розвитку України в умовах глобалізації. Агора. Подолання розбіжностей – розвиток особливостей. 2006. № 4. С. 66–72.
10. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: підручник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ: КНЕУ, 2002. 622 с.
11. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: монографія. Київ: КНЕУ, 2005. 292 с.
12. Андрюшко І.М., Пономаренко А.Ю. Досвід виробництва та маркетингу овочів в Україні. К.: Проект аграрного маркетингу, ППФ «Інфорт», 2006. 381 с.
13. Антофій Н. М. Проблеми розвитку плодово-овочеконсервних виробництв в сучасних умовах економіки України. Культура народів Причорномор'я. Проблеми матеріальної культури. Економічні науки. 2014. № 5. С. 109–112. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/35184/24Antfiy.pdf?sequence=1> (дата звернення: 12.01.2020).

14. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
15. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України: статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України. 2016. 54 с. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_zor_zb.htm (дата звернення: 13.01.2020).
16. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України. 2018. С. 26–17. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_zor_zb.htm (дата звернення: 12.01.2020)
17. Бачуріна І.В. Особливості формування та функціонування регіональних ринків плодоовочевої продукції (на матеріалах Чернігівської області): автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Чернігів, 2010. 19 с.
18. Белоліпецький В. Г. Финансы фирмы: курс лекций; под ред. И. П. Мерзлякова. Москва: Инфра-М, 2001. 298 с.
19. Беляєв В. И. Маркетинг: основы теории и практики: учеб. для студентов вузов. Москва: КноРус, 2005. 710 с.
20. Березіна Л. М., Березін О. В. Формування ефективних механізмів функціонування підприємств АПК. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2010. № 2. Т. 1. С. 76–79.
21. Білошицька Г. М., Канінський П. К. Овочівництво – один із важливих пріоритетів у розвитку Агропромислового комплексу України. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер.: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. 2012. Вип. 169, Ч. 1. С. 29–34.
22. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: учебный курс. Киев: Ника-Центр, 2002. 528 с.
23. Близький Р.С. Механізм функціонування ринку плодоовочевої продукції в Україні: дис. ... д-ра. екон. наук: 08.00.03. Донецьк, 2013. 455 с.
24. Бондаренко В. М. Конкурентні переваги підприємств переробної галузі в умовах економічної кризи. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2016. № 41 (2). С. 31–37.
25. Бородин Е.И., Голикова Ю.С., Колчина Н.В. Финансы предприятий. Москва: Банки и биржи, 2002. 208 с.
26. Бойко О. Б. Формування ефективного організаційного механізму управління машинобудівним підприємством. Економічний аналіз. 2015. Том 19. № 2. С. 26-32.

27. Большой энциклопедический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. 2-е изд., доп. и перераб. Москва: Институт новой экономики, 1997. 1456 с.
28. Борисов М.Ю. Взаимосвязь развивающихся институтов трансформационной экономики. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління: Формування ринкової структури у трансформаційній економіці України. 2004. Т. 7. Вип. 8. С.10-15.
29. Бородіна О.М. Сільськогосподарське дорадництво та проблеми його кадрового забезпечення. Київ: ІАЕ, 2001. 72 с.
30. Буряк Р. І. Маркетингове дослідження ринку продукції рослинництва: монографія. Київ.: ЦП «Компринт», 2016. 376 с.
31. Бутенко Н. В. Основи маркетингу: навч. посіб. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. 140 с.
32. Бутко М.П., Родін В.С. Агропромислова інтеграція як шлях активізації аграрного виробництва. Агросвіт. 2010. № 3. С. 10–13.
33. Бюджетний кодекс України від 08 лип. 2010 р. № 2456 – VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (дата звернення 18.01.2020).
34. Валінкевич Н.В. Удосконалення управління розвитком овочевого виробництва. Міжнародний науково-виробничий Журнал «Економіка АПК». 2000. № 1. С. 39-43.
35. Ван Хорн Дж. Основы управления финансами / под ред. И. И. Елисеевой. Москва : Финансы и статистика, 2002. 791 с.
36. Васько Н. А. Альтернативи прямого маркетингу на українському ринку плодоовочевої продукції. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2005. Вип. 2 (30). С. 97-102.
37. Вачевський М. В., Скотний В. Г., Вачевський О. М. Промисловий маркетинг. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 254 с.
38. Вінницька обласна державна адміністрація: вебсайт. URL: <http://www.vin.gov.ua> (дата звернення: 08.09.2019).
39. Власенко І. Г. Аграрна сфера у забезпеченні продовольчого ринку України. Інноваційна економіка. 2013. № 2 (40). С. 234-236.
40. Власов В. І. Підтримка сільгоспвиробників у зарубіжних країнах. Міжнародний науково-виробничий Журнал «Економіка АПК». 2004. № 5. С. 22-26.
41. Галат Л. М. Плодоовочева складова у формуванні продовольчої безпеки України. Агросвіт. 2020. № 2. С. 89-100.
42. Гельд А., Сорокопуд В. Техніка в овочівництві та садівництві. Агроогляд: овочі та фрукти: URL: <http://www.lol.org.ua> (дата звернення: 06.07.2019).

43. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 488 с.

44. Гладій М. В. Формування оптового ринку в Україні. Міжнародний науково-виробничий Журнал «Економіка АПК». 2007. № 5. С. 41-43.

45. Глобальний індекс голоду 2020 р. Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/File:2020_Global_Hunger_Index_by_Severity.png

46. Гончарук І.В. Роль сільськогосподарських кооперативів у забезпеченні сталого розвитку сільських територій Вінницької області. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. № 8. С. 56 -67.

47. Господарський кодекс України від 16 січ. 2003 р. № 436-IV. URL: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 18.02.2020).

48. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ, 2007. 191 с.

49. Грабовецький Б.Є., Єпіфанова І.Ю. Використання методу Дельфі для визначення оптимальних показників оцінки ефективності інвестиційної діяльності. Статистика України. 2009. № 3. С. 23-28. URL: http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/603/1/23-28_3%272009%2846%29_Grabovetslii_Erifanova.pdf (дата звернення: 02.02.2020).

50. Гурышев А.П. Оценка эффективности деятельности предприятия через использование финансовых и нефинансовых показателей. Менеджмент в России и за рубежом. 2007. № 5. С. 99–105.

51. Джеджула В.В. Енергозбереження промислових підприємств: методологія формування, механізм управління : монографія. Вінниця: ВНТУ, 2014. 346 с.

52. Дикань В.Л., Писаревський І.М. Економічний механізм підприємства: навч. посіб. Харків: Транспорт України, 2002. 128 с.

53. Діброва А. Д. Сучасне трактування сутності державного регулювання аграрного сектору економіки. Економічна теорія. 2007. № 1. С. 76–84.

54. Дідух С.М. Використання кластерної моделі для реалізації інвестиційного потенціалу плодоовочевих консервних підприємств. Економіка харчової промисловості. 2015. № 4. С. 60-66.

55. Діяльність підприємств. Економічна діяльність. Економічна статистика. Державна служба статистики України: вебсайт. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.01.2020).

56. Дончак Л.Г. Господарський та економічний механізм на сучасному етапі розвитку економіки. Теорія та практика ринкових перетво-

рень: економічний та соціальний аспект: матеріали всеукр. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 20-22 бер. 2008 р. Вінниця, 2008 р. С. 325-329.

57. Дончак Л.Г. Удосконалення внутрішнього економічного механізму функціонування плодоовочевих переробних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Вінниця, 2011. 20 с.

58. Економіка підприємства : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. Київ: КНЕУ, 2003. 608 с.

59. Економічна енциклопедія / Відповідальний редактор С.В. Мочерний. – Київ: Видавничий центр «Академія». – Т.1, 2000. – 863 с.; Т. 2, 2001. – 847 с.; Т. 3, 2002. – 952 с. Економічний аналіз: підручник / за ред. проф. А. Г. Загороднього. 3-тє вид., перероб. і доп. Київ : Знання, 2008. 487 с.

60. Ерфан В.Й. Продовольче забезпечення в контексті економічної безпеки країни: теоретичний аспект. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/19996/1/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%87%D0%B5%20%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%B2%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D1%96%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B8.pdf> (дата звернення: 12.01.2020).

61. Ефективне овочівництво в Україні. Агробізнес Сьогодні : веб-сайт. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichni-hektar/item/13931-efektyvne-ovochivnytstvo-v-ukraini.html> (дата звернення: 09.06.2019).

62. Завадський Й.С. Управління сільськогосподарським виробництвом у системі АПК : підручник. Київ: Вища шк., 1992. 367 с.

63. Залізнюк В. П. Оцінка індикаторів продовольчої безпеки України. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 2. С. 128 -133. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.2.128

64. Зеляковская В.М., Васильев А.А. Финансовое планирование деятельности промышленного предприятия. Волгоград: РПК «Политехник», 2002. 70 с. (Препринт научного доклада, підготовленого для участя в 39-й научно-практической конференції ВолгГТУ).

65. Зиновьев Ф.В. Механизмы хозяйствования (терминологический аппарат). Симферополь: Таврия, 2000. 111 с.

66. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 728 с.

67. Івашина О.Ю. Державне регулювання індивідуальної оплати праці в Україні. Публічне адміністрування: теорія та практика. 2010. Вип. 1 (3). URL: <http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2010-01/10ioyopu.pdf> (дата звернення: 02.02.2020).

68. Ільницька Г. Я. Формування фінансово-економічного механізму управління підприємством. Науковий вісник НЛТУ України. 2004. Вип. 14.7. С. 291-294.

69. Ільяшенко В.А. Продовольча безпека як складова державної продовольчої політики України. Економіка та держава. 2008. № 6. С. 97-98.

70. Імас Є. Економічна ефективність сучасних технологій у виробництві овочевої продукції України. Агроінком. 1999. № 8-9. С. 23–25.

71. Інвестиційний портал Вінниччини. URL: <http://www.vin.gov.ua/invest/investoram/663-investytsiinyi-portal-vinnychchyny> (дата звернення: 06.07.2019).

72. Іртищева І. О., Бойко Є. О., Стройко Т. В. Інфраструктурне забезпечення становлення органічного сектора агробізнесу. Економіка та держава. 2012. № 6. С. 15-18.

73. Йонсон Е. Проект розвитку свіжого плодоовочевого сектору в Україні IFC. India Documents: URL: <https://cutt.ly/Oih66ll> (дата звернення: 05.01.2020).

74. Калетнік Г.М., Гончарук І.В. Складові розвитку сільських територій та моделі аграрного підприємництва і кооперації. Розвиток малого і середнього підприємництва та кооперації на селі. Проблеми та перспективи: збір. матеріалів наук. конф. і навч.-практ. семінару, м. Вінниця, 28 серп. 2015 р. Вінниця, 2015. С. 5-13.

75. Калетнік Г.М., Пришляк Н.В. Державна фінансова підтримка сільськогосподарських товаровиробників. Міжнародний науково-виробничий Журнал «Економіка АПК». 2010. № 8. С. 52-55.

76. Калетнік Г. М., Пчелянська Г. О. Місце і роль продовольчої безпеки у формування економічної безпеки України. Бізнес Інформ. 2014. № 2. С. 30-34.

77. Канада надасть Україні гроші на розвиток плодоовочевої галузі. 24 канал: веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/tijql5P> (дата звернення: 15.03.2020).

78. Кириленко І. Г. Актуальні проблеми розвитку аграрного ринку в Україні в контексті формування балансів продовольчих ресурсів. Міжнародний науково-виробничий Журнал «Економіка АПК» 2004. № 12. С. 4-15.

79. Ковалев А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г. Финансы фирмы. Москва: ИНФРА-М, 2003. 496 с.

80. Концепція державної політики у сфері управління якістю продукції (товарів, процесів, робіт, послуг): Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 серпня 2002 р. № 447-р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/447-2002-p> (дата звернення: 10.01.2020).

81. Концепція розвитку овочівництва та переробної галузі. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1120-2011-p> (дата звернення: 05.02.2020).

82. Коротич О.Б. Динаміка соціально-економічного розвитку України та її регіонів. Актуальні проблеми державного управління. 2009. № 1 (35). URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/apdu/2009-1/doc/2/04.pdf> (дата звернення: 15.10.2019).

83. Коротич О.Б. Розвиток України в напрямку досягнення європейських стандартів життя. Державне будівництво. 2006. № 1. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/ejournals/DeBu/e-book/doc/5/04.pdf> (дата звернення: 16.10.2019).

84. Косовець Г. М. Можливості адаптації зарубіжного досвіду державного регулювання виробництва овочевої продукції до умов вітчизняного ринку. Ефективна економіка. 2013. № 7. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2176> (дата звернення: 06.07.2019).

85. Кравченко О.М. Теоретичні підходи до визначення поняття «механізм державного управління». Державне управління: удосконалення та розвиток. 2009. № 3. URL: <https://cutt.ly/Iu5ubel> (дата звернення: 17.01.2020).

86. Краткий экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. 4-е изд. доп. Москва: Институт новой экономики, 2008. 1088 с.

87. Круглов М.И., Беркович Е. Е., Круглова Н. Ю., Черкасский Г. И. Хозяйственный механизм управления в легкой промышленности: учеб. пос. Москва : Всесоюз. заоч. ин-т текстил. и лег. пром-ти, 1989. 114 с.

88. Куксов А. Планирование деятельности предприятия. Экономист. 2002. № 6. С. 61-67.

89. Кукукина И.Г. Управление финансами. Москва: Юристъ, 2001. 267 с.

90. Кучеренко Р. А. Проблеми та перспективи розвитку плодово-овочевих консервних підприємств Черкащини. Економічний часопис – XXI. 2011. № 11–12. С. 54-57. URL: <https://cutt.ly/1ijqGUc> (дата звернення: 05.10.2019).

91. Кучеренко Т. Сьогодення й майбутнє вітчизняного овочівництва. Пропозиція: інформаційний щомісячник. Український журнал з питань агробізнесу. 2010. № 1. С. 19-23.

92. Логоша Р.В. Державне регулювання ринку овочів: стан, проблеми, шляхи вирішення. Науковий вісник Херсонського державно-

го університету. Серія «Економічні науки» 2016. № 7. Ч. 2. С. 47-50. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Nvkhd_u_en_2016_17\(2\)_13](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Nvkhd_u_en_2016_17(2)_13) (дата звернення: 11.01.2020)

93. Логоша Р.В. Міжнародний досвід застосування маркетингу на овочевому ринку. Інноваційна економіка. 2013. № 7. С. 191-194. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_7_45 (дата звернення: 12.01.2020).

94. Лозова Т.П. Теоретико-методичні основи логістичного розвитку ринку плодово-ягідної продукції України: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03. Одеса, 2021. 24 с.

95. Лузан Ю.Я. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України: монографія. Київ : ННЦ ІАЕ України, 2010. 472 с.

96. Лукінов І. І. Економічні трансформації (наприкінці ХХ сторіччя). Київ: ІЕ НАН України, 1997. 456 с.

97. Лукінов І.І., Саблук П.Т. Про стратегію трансформування АПК та забезпечення продовольчої безпеки України. Економіка України. 2000. № 9. С. 62-81. https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_citation&hl=uk&user=EDeXh4kAAAAJ&scstart=20&pagesize=80&citation_for_view=EDeXh4kAAAAJ:UebtZRa9Y70C (Дата звернення: 21.01.2020).

98. Малік М. Й., Зіновчук В.В. Кооперативні відносини в аграрному секторі. Сучасна аграрна політика України: проблеми становлення / за ред. П.Т. Саблука, В.В. Юрчишина. Київ. 1996. С. 363-385.

99. Маркетинг. Вікіпедія. Вільна енциклопедія: URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (дата звернення: 01.02.2020).

100. Марцин В. Планомерность при переходе к экономическим методам регулирования рынка. Экономика Украины. 1995. № 9. С. 47-52.

101. Мельник В.І. Якість та екологічна безпека як пріоритети розвитку вітчизняного садівництва. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2015. № 5. С. 36-44. URL: https://visen.knau.kharkov.ua/uploads/visn_econom/2015/5/7.pdf (дата звернення: 20.03.2020).

102. Мельничук А.А. Сутність організаційно-економічного механізму функціонування ринку овочевої продукції. Сталий розвиток економіки. 2013. № 4. С. 328-331.

103. Месель-Веселяк В.Я. Організаційні форми господарювання в сільському господарстві. Вісник економічної науки України. 2006. № 2. С. 188-197.

104. Методи експертних оцінок. Навчальні матеріали онлайн. URL: https://pidruchniki.com/19650323/ekonomika/metodi_ekspertnih_otsinok. (дата : 20.03.2020).

105. Михайлов Ю. Силою мантри перетворимо Україну на найрозвиненішу країну Європи. Пропозиція. 2010. № 11. С. 48-50.

106. Мирова торговля в 2011 году. Vlant-Consult. URL: <http://www.vlant-consult.ru/information/board/307/> (дата звернення: 21.08.2019).

107. Мировое производство фруктов в 2010 году достигло 700 млн. тонн, овощей – 820 млн. тонн. Export. URL: <http://expotr.by/?act=news&mode=view&id=28683> (дата звернення: 06.07.2018).

108. Мировое производство фруктов в 2014 году. Export. URL: <http://export.by/?act=news&mode=view&id=28683> (дата звернення: 06.07.2018).

109. Міронова Ю.В., Слободянюк О.Е. Фінансовий потенціал вітчизняних плодоовочевих переробних підприємств в умовах євроінтеграції. Економіка і суспільство. 2017. № 13. С. 609-614. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-13> (дата звернення: 19.02.2020).

110. Мостенська Т.Л. Економічний механізм функціонування молочної промисловості України: монографія. Київ: УДУХТ, 2001. 328 с.

111. Мулик Т.О., Брижак І.І. Удосконалення оплати праці на підприємстві. Наукові конференції. URL: <http://intkonf.org/ken-mulik-t-obrizhak-i-i-udoskonalennya-oplati-pratsi-napidpriemstvi> (дата звернення: 15.11.2019).

112. Мультимедійна платформа іномовлення України. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2325855-ukrainavtrici-zbilsila-eksport-agid-u-evropu-za-5-rokiv.html> (дата звернення: 06.12.2017).

113. Нагорный В.Д. Сельское хозяйство Канады. Корни успеха. Москва: Майкоп. ООО «Качество», 2004. 324 с.

114. Наумов О.Б. Развитие текстильной промышленности та її сировинної бази. Херсон : Олдиплюс, 2004. 396 с.

115. Николаева О., Шишкова Т. Классический управленческий учет: учебник. М.: ЛКИ, 2010. 400 с.

116. Основні економічні показники виробництва продукції сільськогосподарства в сільськогосподарських підприємствах за 2014 рік. Статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2015. 88 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.03.2020).

117. Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств Київської області у 2011 році. Статистичний бюлетень. Головне управління статистики у Київській області / відп. за вип. М. Г. Лисак. Київ, 2012. 147 с. URL: https://www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_StatReport_v06.pdf (дата звернення: 20.03.2020).

118. Онищенко О. М. Формування в аграрному секторі України організаційної структури ринкової економіки. Міжнародний науково-виробничий Журнал «Економіка АПК». 1999. № 1. С. 49-54.

119. Організаційно-економічний механізм розвитку регіону: трансформаційні процеси та їх інституційне забезпечення: монографія / за ред. д.е.н., проф. А. Ф. Мельник. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 608 с.

120. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України : вебсайт. URL: <http://minagro.gov.ua> (дата звернення: 20.03.2020).

121. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільськогосподарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=30d3074d-6882-4aac-bc4f-f4af8a30b221&title=DovidkazovnishniaTorgivliaUkrainiTovaramiTaPoslugamiU2019-Rotsi> (дата звернення: 20.03.2020).

122. Паламарчук Г.П. Проблеми концентрації виробництва в Україні. Економіка України. 2008. № 11. С. 38-46.

123. Пасхавер Б. Й. Тенденції та проблеми національного продовольчого споживання. Міжнародний науково-виробничий Журнал «Економіка АПК». 2014. № 10. С. 5-13.

124. Пасхавер Б. Й. Цінова конкуренція аграрного сектору. Економіка України. 2007. № 1. С. 78-87.

125. Переробка та зберігання. Асоціація Укрсадпром. Export. URL: <http://ukrsadprom.org/blog/pererobka-ta-zberigannya/> (дата звернення: 12.05.2019).

126. Писаренко В. В. Маркетинг овощной продукции (методические и практические аспекты): Особенности отечественного и мирового маркетинга овощной продукции. Agro Mage. URL: http://www.agromage.com/stat_id.php?id=305. (дата звернення: 24.05.2019).

127. Платформа ефективного регулювання PRO. Export. URL: <https://regulation.gov.ua/catalogue/index-item/id4540/graph> (дата звернення: 06.12.2017).

128. Погожа Н.В., Мартинюк В.В. Маркетингове середовище сфери послуг. Вісник наукових досліджень: актуальні регіональні проблеми економіки, права, управління і соціальної сфери. 2004. Вип. 1. С. 63-69.

129. Поплавська Ж., Поплавський В. Економічні відносини в АПК. Львів, 2007. 102 с.

130. Програма розвитку особистих селянських, фермерських господарств, кооперативного руху на селі та дорадництва: Рішення Вінницької обласної ради від 11 лют. 2015 р. № 40. URL: <http://surl.li/dqlc> (дата звернення: 03.02.2019).

131. Прогресивні форми організації підприємницької діяльності. Критерії ефективності функціонування підприємств малого бізнесу. Аграрний сектор України. URL: <http://agroua.net/economics/documents/category-93/doc-91/> (дата звернення: 12.01.2020).

132. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підтвердження якості та безпечності харчових продуктів і продовольчої сировини : Закон України від 08 верес. 2005 р. № 2863–IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2863-15> (дата звернення: 01.02.2020).

133. Про господарські товари : Закон України від 06 лют. 2018 р. №2275-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1576-12#Text> (дата звернення: 05.09.2019).

134. Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів та пального : Закон України від 06.06.2019 р. № 2744-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95-%D0%B2%D1%80#Text>.

135. Про Державну інспекцію сільського господарства України: Положення від 13 квіт. 2011 р. № 459/2011. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/459/2011> (дата звернення: 15.06.2019).

136. Про державну підтримку сільського господарства України: Закон України від 06 черв. 2004 р. № 1877-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15> (дата звернення: 05.09.2019).

137. Про державну підтримку сільського господарства України: Закон України від 10 лип. 2018 р. № 2497-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15#Text> (дата звернення: 01.02.2020).

138. Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року / Кабінет Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1158-2007-%D0%BF> (дата звернення: 05.06.2019).

139. Про затвердження Механізму формування державних ресурсів сільськогосподарської продукції і сировини у 1994 році: Наказ Міністерства аграрної політики від 27 січ. 1994 р. № z0023-94. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0023-94> (дата звернення: 15.06.2018).

140. Про затвердження Положення про Державний комітет України по харчовій і переробній промисловості : Постанова Кабінету Міністрів України від 19 жовт. 1991 р. № 277. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/277-91-%D0%BF#Text> (дата звернення: 03.02.2019).

141. Про затвердження Порядку визначення предмета закупівлі: Наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі України від 17 берез. 2016 р. № 454. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0448-16#Text> (дата звернення: 03.05.2018).

142. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі картоплею та плодоовочевою продукцією: Наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 10 трав. 2018 р. № 632. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0353-97#Text> (дата звернення: 09.01.2020).

143. Про затвердження форм документів у сфері публічних закупівель: Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 22.03.2016 № 490. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0449-16#Text> (дата звернення: 08.10.2018).

144. Про захист прав споживачів: Закон України від 12 трав. 1991 р. № 1023-XII. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=1023-12> (дата звернення: 18.10.2019).

145. Про здійснення попередньої оплати товарів, робіт і послуг, що закуповуються за бюджетні кошти: Постанова Кабінету Міністрів України від 23 квіт. 2014 р. № 177. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/117-2014-%D0%BF#Text> (дата звернення: 19.02.2020).

146. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18 вер.1991 р. № 1560-XII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/%20show/1560-12> (дата звернення: 01.02.2020).

147. Про основи національної безпеки України: Закон України від 21 черв. 2018 р. № 2469-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/964-15#Text> (дата звернення: 19.02.2020).

148. Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року: Закон України від 18 жовт. 2005 р. № 2982-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2982-15> (дата звернення: 06.01.2020).

149. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 23 груд. 1997 р. № 771/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 01.02.2020).

150. Про підтвердження відповідності : Закон України від 17 трав. 2001 р. № 2406-III. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=2406-14> (дата звернення: 06.01.2020).

151. Про Програму економічного і соціального розвитку Вінницької області на 2020 рік: Рішення Вінницької обласної Ради від 17 груд. 2019 р. № 883. URL: <https://vinrada.gov.ua/upload/files/7sklikannya/41Ses/883.pdf> (дата звернення: 01.02.2020).

152. Про публічні закупівлі : Закон України від 14 лист. 2019 р. № 300-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/300-20#n2> (дата звернення: 03.01.2020).

153. Про сільськогосподарську кооперацію: Закон України від 17 лип. 1997 р. № 469/97-ВР. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/469/97-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 09.01.2020).

154. Про сільськогосподарську кооперацію: Закон України від 02 жовт. 2012 р. № 5412-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/469/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 01.02.2020).

155. Про схвалення Концепції розвитку овочівництва та переробної галузі: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 лист. 2011 р. № 1120-2011 р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1120-2011-p> (дата звернення: 01.01.2019).

156. Про схвалення Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року: Розпорядження Кабінет Міністрів України від 17 жовт. 2013 р. № 806-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-%D1%80#Text> (дата звернення: 03.02.2019).

157. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю: Закон України від 20 вер. 2019 № 132-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text> (дата звернення: 03.10.2019).

158. Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций. URL: <http://www.fao.org/agriculture-consumer-protection-department/ru/> (дата звернення: 19.02.2020).

160. Проект «Про основи продовольчої безпеки України»: Закон України від 08 квіт. 2011 р. № 8370. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/jf6gi00a?an=3> http://eaprk.org.ua/sites/default/files/eaprk/2011/2011_08/11_08_01.pdf проект

160. Рейтинг: в яких країнах Європи їдять найбільше овочів і фруктів. Mind.ua: веб-сайт. URL: <https://mind.ua/news/20195656-rejting-v-yakih-krayinah-evropi-yidyat-najbilshe-ovochiv-i-fruktiv> (дата звернення: 02.02.2020).

161. Рейтинг країн-лідерів з вирощування фруктів та овочів в ЄС. Agravery: веб-сайт. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/rejting-krain-lideriv-z-virosuvanna-fruktiv-ta-ovociv-v-es> (дата звернення: 02.02.2020).

162. Рекомендації щодо здорового харчування дорослих. Півень Н. / загв. У. Супрун 2017. 20 с. URL: https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/01122017_Basic_Recommendations-1.pdf (дата звернення: 19.02.2020).

163. Рудь В. П. Значення овочевого ринку в продовольчій безпеці України. Вісник Харківського національного аграрного університету імені В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2009. № 11. С. 363-368.

164. Рудь В.П. Сучасний стан та проблеми розвитку овочевого ринку в Україні. Вісник ХНТУСГ. 2004. Вип. 32. С. 339-345.

165. Рябенко В.В. Організаційний механізм управління формуванням стратегічного потенціалу підприємств харчової промисловості. Стратегія економічного розвитку України. 2014. № 34. С. 82-86.

166. Саблук П.Т. Економічний механізм АПК у ринковій системі господарювання. Міжнародний науково-виробничий Журнал «Економіка АПК». 2007. № 2. С. 3-4.

167. Саблук П.Т., Малік М.Й., Валентинов В.Л. Формування міжгалузевих відносин: проблеми методології та термінології. Київ: ІАЕ, 2002. 294 с.

168. Савицкая Г. В. Анализ эффективности деятельности предприятия. Методологические аспекты. 2-е изд., испр. Москва: Новое знание, 2004. 159 с.

169. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. 3-тє вид., випр. і доп. Київ: Знання, 2007. 668 с.

170. Сакун А.Ж., Севрюкова С.М. Формування галузевого ринку України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2011. Вип. 3. Т. 2. С. 231-234. URL:

<https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/3.2/231.pdf> (дата звернення: 16.07.2018).

171. Самойлик Ю.В. Особливості органічного виробництва овочів, плодів і ягід в агроструктурах різного типу. Вісник Сумського національного аграрного університету (Економіка і менеджмент). 2016. № 2. С. 73-79.

172. Саталкіна Л.О. Джерела фінансування інвестиційного портфелю підприємства. Економіка: реалії часу. 2013. № 2 (7). С. 181-186.

173. Сегеда С. А. Сучасний рівень продовольчого забезпечення в Україні. Економіка та управління національним господарством. 2016. № 5. С. 104-109.

174. Семенова А. Ю. Економічний механізм управління сільськогосподарським підприємством: Теоретико-методологічний аспект. Вісник Полтавської державної аграрної академії. 2012. № 3. С. 186-190.

175. Серегин С., Макаров Д., Садыров У. Инновационная деятельность предприятий пищевой промышленности. АПК: экономика, управление. 2006. № 1. С. 38-43.

176. Сільське, лісове та рибне господарство Великої Британії. Geograf.com.ua. URL: <http://www.geograf.com.ua/great-britain/553-great-britain-agriculture> (дата звернення: 02.02.2020).

177. Скачкова А. Ю. Методологические основы исследования организационно-экономического механизма хозяйствования тепличных организаций. Международный научно-исследовательский журнал. 2013. № 10 (17). С. 79–83.

178. Слива вийшла на перше місце в сегменті кісточкових. AgroPortal.ua. URL: <http://agroportal.ua/ua/news/rastenievodstvo/sлива-vyshla-na-pervoe-mesto-v-segmente-kostochkovykh/> (дата звернення: 02.02.2020).

179. Смолин Г. В. Державне регулювання господарської діяльності: курс лекцій. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2012. 528 с.

180. Соціально-економічне становище 2019 року. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/04/zb_rosl_2018.pdf (дата звернення: 21.08.2019).

181. Споживання продуктів харчування в домогосподарствах. 2018. Головне управління статистики м. Київ. URL: <https://msmb.org.ua/stily-zhittya/statistika/> (дата звернення: 05.06.2019).

182. Стан фінансування програм підтримки АПК у 2019 році. URL: <https://minagro.gov.ua/napryamki/finansova-politika/finansuvannya->

z-derzhavnogo-byudzhetu/stan-finansuvannya-apk-u-2019-roci (дата звернення: 08.08.2019).

183. Старовойтов М. К. Современная российская корпорация (организация, опыт, проблемы). Москва: Наука, 2001. 312 с.

184. Статистика рынка товаров и услуг: учебник / под ред. И. К. Беляевского. Москва : Финансы и статистика, 1995. 432 с.

185. Статистичний збірник «Україна в цифрах 2017». Державний комітет статистики України. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm (дата звернення: 05.06.2019).

186. Статистичний щорічник України за 2019 рік. Київ: Державна служба статистики України 2020. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zd/e_iovt/arh_iovt2019.htm (дата звернення: 19.02.2020).

187. Статистичний щорічник Вінниччини за 2015 рік. Вінниця: Головне управління статистики у Вінницькій області, 2016. 611 с.

188. Статистичний щорічник України за 2016 рік. Київ: Консультант, 2017. 241 с.

189. Статистичний щорічник України за 2018 рік. Київ: Державна служба статистики України, 2019. 482 с. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_zor_zb.htm (дата звернення: 08.01.2020).

190. Сутність та зміст менеджменту. URL: <https://cutt.ly/OijwIf8> (дата звернення: 18.09.2019).

191. Сучасні тенденції розвитку садівництва. URL: <https://www.pro-of.com.ua/suchasni-tendencii-rozvitku-sadivnictva/> (дата звернення: 05.09.2019).

192. Тенденції на ринку виробництва соків. Koloro. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/tendentsii-na-rynke-proizvodstva-sokov.html> (дата звернення: 02.02.2020).

193. Телетов О.С. Маркетинг у промисловості: монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 248 с.

194. Тур О.Т. Источни умови договору про надання консультаційних послуг. Цивілістика, господарське право та процес. 2015. № 5 (2). Ч. 3. С. 91-95.

195. Україна у цифрах 2015: Статистичний збірник / За ред. І.М. Жук. Київ.: Державна служба статистики України, 2016. 239 с. URL: http://istmat.info/files/uploads/53010/ukraina_v_cifrah_2015.pdf (дата звернення: 20.03.2020).

196. Українські аграрії дедали більше вирощують лохини. Zahid.net URL:https://zaxid.net/ukrayinski_agrariyi_dedali_bilshe_viroshhuyut_lohini_n1427043 (дата звернення: 28.06.2019).

197. Українці їдять достатньо овочів та недоїдають фруктів. AgroTimes. URL: <https://agrotimes.ua/ovochi-sad/ukrayinczi-yidyat-dostatno-ovochiv-ta-nedoyidayut-fruktiv/> (дата звернення: 02.02.2020).

198. Ульяновченко О.В. Підвищення конкурентноспроможності аграрного сектору України на кластерних засадах. Вісник аграрної науки. 2010. № 10. С. 56-59.

199. Ульяновченко О.В. Сучасний стан та перспективи розвитку виробництва і переробки винограду в Україні. Вісник Харківського національного аграрного університету. Серія «Економічні науки». 2011. № 5. С. 3-10.

200. Ульяновченко О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку виробництва і переробки винограду в Україні. Вісник Харківського національного аграрного університету. Сер. Економічні науки. 2011. № 5. С. 3–10.

201. Ульяновченко Ю.О. Державне регулювання аграрного ринку в країнах ЄС і США: досвід для України. Державне будівництво. 2007. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2007_2_56 (дата звернення: 01.02.2020).

202. Усенко Л.Н. Цель – сбалансированное питание населения. Экономика сельского хозяйства России. 2006. № 9. С. 6-7.

203. Флигинских Т.Н. Финансовый аспект развития интегрированных структур. Міжнародний науково-виробничий журнал «Економіка АПК». 2005. № 6. С. 152-154.

204. Цаль-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: вид 2-ге доп. Житомир: ЖООГО «Спілка економістів України», 2009. 504 с.

205. Чепурко В.В. Моделі ситуаційної діагностики стану аграрних підприємств. Фінанси України. 2000. № 6. С. 79-90.

206. Чорнодон В.І. Відтворення плодючих насаджень як передумова ефективного функціонування галузі. Міжнародний науково-виробничий журнал «Економіка АПК». 2009. № 1. С. 64-67. URL: http://eapk.org.ua/sites/default/files/eapk/2009/2009_01/09_01_10.pdf (дата звернення: 05.05.2020).

207. Чумак Л.Ф. Сучасні тенденції розвитку підприємств. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». 2012. № 10/1 Вип. 6/4. С. 176-182. URL: <http://vestnikdnu.com.ua/archive/201264/chumak.html> (дата звернення: 05.05.2020).

208. Швейцарсько-український проект «Розвиток органічного ринку в Україні» (2012-2016 рр.). Органік Бізнес-довідник Укра-

їни. URL: http://www.ukraine.fibl.org/fileadmin/documents-ukraine/UKRAINE_ORGANIC_BUSINESS_DIRECTORY_part2.pdf (дата звернення: 08.08.2018).

209. Шевчук Г.В. Економічна оцінка зарубіжного та вітчизняного досвіду формування організаційно-економічного механізму підприємств плодоовочевої галузі. Ефективна економіка. 2017. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5900> (дата звернення: 01.01.2020).

210. Гончарук І.В., Шевчук Г.В. Маркетинг як фактор конкурентоспроможності підприємств плодоовочевої галузі. Агросвіт. 2020. № 5. С. 50-55. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.5.50.

211. Шевчук Г.В. Маркетинговий досвід на міжнародному ринку плодоовочівництва. Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління: матеріали V Всеукр. наук. конф. мол. уч. та студ. 9 листоп. 2017 р. Київ, 2017. С. 21-22.

212. Шевчук Г.В. Організаційно-економічний механізм функціонування підприємств плодоовочевої галузі. Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В.О. Сухомлинського. Економічні науки. 2015. № 2 (5). С. 182-187. URL: <http://mdu.edu.ua/wp-content/uploads/Economic-visnik-5-2015-34.pdf> (дата звернення: 15.09.2020).

213. Шевчук Г.В. Особливості функціонування підприємств плодоовочевої галузі Вінницької області. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. № 10 (26). С. 156-164.

214. Шевчук Г.В. Складові елементи організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі. Агросвіт. 2016. № 15-16. С. 41-45. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/15-16_2016/8.pdf (дата звернення: 12.06.2020).

215. Шевчук Г.В. Сутність, критерії та методологічні підходи до формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2016. № 12 (16). С. 101-108.

216. Шевчук Г.В. Фактори, що впливають на ефективність організаційно-економічного механізму удосконалення плодоовочевої галузі. Стан та шляхи стабілізації фінансово-економічної системи: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 26-27 лют. 2016 р. Київ: Аналітичний центр «Нова економіка», 2016. С. 58-60.

217. Шевчук Г.В. The problems in development of fruit and vegetable production and ways of their overcoming. Антикризове управління: дер-

жава, регіон, підприємство: матеріали Міжнар. наук. конф., 1 лист. 2017 р. ЛеМан : LeMans Universite, 2017. С. 58-62.

218. Шмаглій О.Б. Плодоовочевий сектор України: чинники розвитку та пріоритети зростання. Економіка України. 2015. № 5 (642). С. 52-68.

219. Шпичак О.М. Проблеми адаптації ціноутворення на продукцію АПК України до євроінтеграційних умов. Науковий вісник Національного університету біоресурсів та природокористування України. 2007. № 110. Ч. 2. С. 15-21.

220. Яснолоб І.О. Адаптація зарубіжного досвіду при формуванні оптових ринків плодоовочевої продукції. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2011. Вип. 2. Т. 1. С. 317-322. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/01/317.pdf> (дата звернення: 06.12.2018).

221. Яснолоб І. Організаційно-економічний механізм функціонування плодоовочевого ринку. Соціально-економічні проблеми і держава. 2013. Вип. 1 (8). С. 327-336. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13yiofpr.pdf> (дата звернення: 19.03.2016).

222. Agriculture. Eurostat: вебсайт. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/agriculture/data/main-tables> (дата звернення: 02.02.2020).

223. Artés F. Minimal Fresh Processing of Vegetables, Fruits and Juices. Emerging Technologies for Food Processing. Ch. 31. P. 677–716. URL: https://www.researchgate.net/publication/279607882_Minimal_Fresh_Processing_of_Vegetables_Fruits_and_Juices (дата звернення: 02.02.2020).

224. Bondarenko V.M., Shevchuk H.V. Problems, development and implementation of the rational marketing structure in enterprises in the fruit and vegetable industry. Economics and finance. 2018. № 9. С. 121-132.

225. Cantliffe D., Webb J., Vansickle J. Potential Profits from Greenhouse-grown Organic, Strawberries Are Greater than Conventional Greenhouse or Field-grown Strawberries in Florida. Proc. Fla. State Hort. Soc. 2008. № 121. P. 208-213. URL: <http://www.hos.ufl.edu/protectedag/pdf/FSHS2008strawberry.pdf> (дата звернення: 01.02.2020).

226. Crops processed. Food and agriculture organization of the UNs statistics division. URL: <http://faostat3.fao.org/download/Q/QD/E> (дата звернення: 02.02.2020).

227. COVID-19: Введение экономических стимулов с целью сглаживания долговременных негативных последствий для уровня голода. Продовольственная и сельскохозяйственная Организация Объединен-

ных Наций. URL: <http://www.fao.org/news/story/ru/item/1273496/icode/> (дата звернення: 11.03.2020).

228. Global Food Security Index: вебсайт. URL: <https://foodsecurityindex.eiu.com/Downloads> (дата звернення: 04.02.2020).

229. Food Sector – Fruits & Vegetables. Macfrut: вебсайт. URL: http://www.macfrut.com/public/allegatinews/1097/1097_food_sector_fruits_vegetables_india_1_1_736.pdf (дата звернення: 02.02.2020).

230. Food and Agriculture Organization of the United Nations: вебсайт. URL: <http://www.fao.org/home/en> (дата звернення: 12.02.2020).

231. Fruit and vegetable. Food Technology Corporation: вебсайт. URL: <https://www.foodtechcorp.com/fruit-and-vegetable-industry-applications> (дата звернення: 02.02.2020).

232. Indonesia's port closure causes concern among fruit and vegetable exporters. World Tariff Profiles 2012. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/agric_e/agchairtxt_dec08_a_e.pdf (дата звернення: 02.02.2020).

233. Kaletnik G.M. Legal support perfection in biofuel market functioning in Ukraine. Actual Problems of Economics. 2008. № 90. P. 48-52.

234. Mensink G.B.M., Truthmann J., Rabenberg M., Heidemann C., Haftenberger M., Schienkiewitz A., Richter A. Fruit and vegetable intake in Germany, Results of the German Health Interview and Examination Survey for Adults. Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz. 2013. № 56. P. 779-785. DOI: 10.1007/s00103-012-1651-8. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00103-012-1651-8>.

235. Shevchuk H. Attraction of investments by the enterprises of the fruit and vegetable industry. Colloquium-journal. 2020. № 6 (58). P. 103-107. DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11474.

236. Shevchuk H. Current state of the fruit and vegetable industry and overcoming the COVID-19 pandemic consequences. Slovak International Scientific Journal. 2020. № 47. P. 41-44

237. The fruit and vegetable sector in the EU – a statistical overview. Eurostat. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/The_fruit_and_vegetable_sector_in_the_EU_-_a_statistical_overview (дата звернення: 06.07.2018).

238. Willer H., Kilcher L. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2015. IFOAM–FiBL. 2015. 380 p.

ДОДАТКИ

Фінансові результати діяльності підприємства ТОВ «Агрона Фрут Україна», тис. грн.

Показники	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	665100	723878	802569	1030625	969708
Собівартість реалізованої продукції	424799	494928	574818	713860	764427
Валовий прибуток	240301	228950	227751	316765	205281
Валовий збиток	0	0	0	0	0
Інші операційні доходи	188533	66578	36217	18293	34847
Адміністративні витрати	33983	32877	41705	53133	59405
Витрати на збут	33474	35258	33345	43311	28544
Інші операційні витрати	111300	30330	7163	152678	23174
Фінансові результати від операційної діяльності, в тому числі:					
прибуток	250077	197063	181755	85936	128995
збиток	0	0	0	0	0
Інші фінансові доходи, в тому числі інші доходи					
Фінансові витрати					
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, в тому числі:					
прибуток	250077	197063	181755	85936	128643
збиток	0	0	0	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-54175	-35468	-32716	-15468	-23156
Чистий фінансовий результат, в тому числі:					
прибуток	195902	161595	149039	70468	105487
збиток	0	0	0	0	0

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваного підприємства

Фінансові результати діяльності підприємства ПРАТ «Вінницька харчосмакова фабрика», тис. грн.

Показники	Роки					
	2015	2016	2017	2018	2019	
1	2	3	4	5	6	
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	68972	81988	94312	117658	159083	
Собівартість реалізованої продукції	52666	61456	69646	87490	118367	
Валовий прибуток	16307	20532	24666	30168	40716	
Валовий збиток	0	0	0	0	0	
Інші операційні доходи	698	1565	1953	3520	7699	
Адміністративні витрати	2105	2856	3443	4394	5036	
Витрати на збут	7629	9632	12719	16993	22189	
Інші операційні витрати	823	1765	2092	2889	8080	
Фінансові результати від операційної діяльності, в тому числі:						
прибуток	6448	7844	8365	9412	13110	
збиток	0	0	0	0	0	
Інші фінансові доходи, в тому числі інші доходи	181	702	648	299	316	
Фінансові витрати	2	0	16	186	300	
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, в тому числі:						
прибуток	6627	8546	8996	9530	13228	
збиток	0	0	0	0	0	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-1249	-1546	-1620	-1724	-2399	
Чистий фінансовий результат, в тому числі:						
прибуток	5378	7000	7376	7806	10829	
збиток	0	0	0	0	0	

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваного підприємства

Фінансові результати діяльності підприємства ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ», тис. грн.

Показники	Роки						
	2015	2016	2017	2018	2019		
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	22740	9622	7693	4911	6227		
Собівартість реалізованої продукції	19562	7230	6980	5568	5120		
Валовий прибуток	3178	2392	713	1099	1107		
Валовий збиток	0	0	0	657	0		
Інші операційні доходи	682	2333	2495	6166	3262		
Адміністративні витрати	1339	1585	1739	2033	2356		
Витрати на збут	361	299	1078	2072	1601		
Інші операційні витрати	1173	2695	93	1121	87		
Фінансові результати від операційної діяльності, в тому числі:							
прибуток	987	146	298	283	325		
збиток	0	0	0	0	0		
Інші фінансові доходи, в тому числі інші доходи	0	0	0	0	0		
Фінансові витрати	413	143	184	382	178		
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, в тому числі:							
прибуток	574	3	114	0	147		
збиток	0	0	0	99	0		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-126	0	0	0	0		
Чистий фінансовий результат, в тому числі:							
прибуток	448	3	114	0	97		
збиток	0	0	0	99	0		

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваного підприємства

Фінансові результати діяльності підприємства ПраГ «Могилів-Подільський консервний завод», тис. грн.

Показники	Роки					
	2015	2016	2017	2018	2019	
1	2	3	4	5	6	
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	131208	169961	128500	152615	152671	
Собівартість реалізованої продукції	108102	145956	105638	128605	129983	
Валовий прибуток	23106	24005	22862	24010	22688	
Валовий збиток	0	0	0	0	0	
Інші операційні доходи	3361	1516	3378	7037	11732	
Адміністративні витрати	3404	3902	4380	5615	5708	
Витрати на збут	10408	14539	12736	12858	11566	
Інші операційні витрати	5731	2519	4604	8640	5170	
Фінансові результати від операційної діяльності, в тому числі:						
прибуток	6924	4561	4620	3934	11976	
збиток	0	0	0	0	0	
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, в тому числі:						
прибуток	6046	4575	873	0	5128	
збиток	0	0	0	1688	0	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	0	1617	-147	0	-511	
Чистий фінансовий результат, в тому числі:						
прибуток	6046	2958	726	0	4617	
збиток	0	0	0	1688	0	

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваного підприємства

Факторний аналіз рентабельності підприємства ТОВ «Агрона Фрут Україна»

Показники	2015	2016	2017	2018	2019
Доходи, тис. грн.	853633	754988	685968	1033450	1004914
Витрати, тис. грн.	549381	593393	657031	962982	853097
Прибуток, тис. грн.	195902	161595	136512	123601	105487
Витрати на 1 гривню доходу	0,64	0,79	0,96	0,93	0,85

Таблиця 5.1

Показники	2019 до 2018	2019 до 2017	2019 до 2016	2019 до 2015
Коефіцієнт співвідношення витрат	0,97	1,46	1,33	1,18
Зміна прибутку за рахунок зміни витрат, тис. грн.	-0,03	49046,98	34919,69	18694,43
Коефіцієнт співвідношення доходу	0,89	1,30	1,44	1,55
Зміна прибутку за рахунок зміни доходу, тис. грн.	0,08	16877,92	-11603,57	-39030,19
Зміна прибутку за рахунок витрат на 1 грн. доходу, тис. грн.	80393,12	110540,54	-60294,84	-
Загальна сума впливу на зміну прибутку	80393,17	176465,44	-36978,72	211031,94
				-231367,7

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваного підприємства

Факторний аналіз рентабельності підприємства ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»

Показники	2015	2016	2017	2018	2019
Доходи, тис. грн.	69852	84255	95293	119758	167227
Витрати, тис. грн.	61976	74163	87901	111766	153699
Прибуток, тис. грн.	5378	7000	7228	7806	10829
Витрати на 1 гривню доходу	0,89	0,88	0,92	0,93	0,92

Таблиця 6.1

Показники	2019 до 2018	2019 до 2017	2019 до 2016	2019 до 2015
Коефіцієнт співвідношення витрат	1,38	1,75	2,07	2,48
Зміна прибутку за рахунок зміни витрат, тис. грн.	0,38	8121,75	11587,03	16029,92
Коефіцієнт співвідношення доходу	1,40	1,76	1,98	2,39
Зміна прибутку за рахунок зміни доходу, тис. грн.	-0,02	-108,29	974,61	974,61
Зміна прибутку за рахунок витрат на 1 грн. доходу, тис. грн.	1672,27	16,72,27	-6689,08	-5016,81
Загальна сума впливу на зміну прибутку	1672,63	9685,73	5872,56	11987,72

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваного підприємства

Факторний аналіз рентабельності підприємства ТОВ «СОЛЮДКА МРІЯ-ВІННИЦЯ»

Показники	2015	2016	2017	2018	2019
Доходи, тис. грн.	23422	11955	10188	11077	9489
Витрати, тис. грн.	22309	11809	9890	10794	9164
Прибуток, тис. грн.	448	3	114	-99	97
Витрати на 1 гривню доходу	0,95	0,99	0,97	0,97	0,97

Таблиця 7.1

Показники	2019 до 2018	2019 до 2017	2019 до 2016	2019 до 2015
Коефіцієнт співвідношення витрат	0,85	0,93	0,78	0,41
Зміна прибутку за рахунок зміни витрат, тис. грн.	-0,15	-6,79	-21,31	-57,23
Коефіцієнт співвідношення доходу	0,86	0,93	0,79	0,41
Зміна прибутку за рахунок зміни доходу, тис. грн.	87,30	0	-0,97	0
Зміна прибутку за рахунок витрат на 1 грн. доходу, тис. грн.	0	0	189,78	-189,78
Загальна сума впливу на зміну прибутку	87,15	-6,79	167,47	-247,01

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваного підприємства

Факторний аналіз рентабельності підприємства ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод»

Показники	2015	2016	2017	2018	2019
Доходи, тис. грн.	138921	171507	131731	159652	164410
Витрати, тис. грн.	127645	165315	127319	155718	152427
Прибуток, тис. грн.	6046	2958	726	-1688	4617
Витрати на 1 гривню доходу	0,92	0,96	0,97	0,98	0,93

Таблиця 8.1

Показники	2019 до 2018	2019 до 2017	2019 до 2016	2019 до 2015
Коефіцієнт співвідношення витрат	0,98	1,20	0,92	1,19
Зміна прибутку за рахунок зміни витрат, тис. грн.	-92,34	923,40	-369,36	877,23
Коефіцієнт співвідношення доходу	1,03	1,25	0,96	1,18
Зміна прибутку за рахунок зміни доходу, тис. грн.	-0,14	-230,85	-184,68	46,17
Зміна прибутку за рахунок витрат на 1 грн. доходу, тис. грн.	6576,40	6576,40	4932,30	-1644,10
Загальна сума впливу на зміну прибутку	6483,92	7268,95	4378,26	-720,70

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності досліджуваного підприємства

Анкета оцінювання інвестиційного середовища підприємств АПК Вінницької області

Показник	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1. Коефіцієнт покриття довгострокових вкладень	60	60	70	50	40	40	40	60	50	60	70	50	40	50	40	70	60	50	40	60
2. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	70	70	50	80	70	50	60	50	40	60	60	50	40	80	80	60	70	60	80	80
3. Коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів	50	60	60	50	70	60	50	60	40	70	60	50	60	30	40	40	50	50	60	50
4. Коефіцієнт автономії	50	70	80	50	90	80	90	70	90	90	80	80	50	70	60	80	80	50	70	90
5. Грошовий потік	80	60	100	60	90	80	70	100	50	70	90	90	70	100	100	80	80	70	100	90
6. Чистий/балансовий прибуток	80	90	80	100	70	90	60	80	70	70	90	90	100	80	90	70	70	80	90	80
7. Фондовіддачі	10	30	20	50	40	10	30	50	20	40	40	20	10	10	30	50	20	40	10	40
8. Фондоємність	40	20	50	30	40	30	40	50	30	20	40	40	30	50	40	20	30	40	20	50
9. Індекс дохідності	50	80	50	50	90	60	50	70	50	50	70	80	80	60	60	50	50	50	60	80
10. Коефіцієнт зносу основних засобів	60	50	50	40	60	80	50	50	70	80	50	70	50	70	60	50	50	60	50	70

продовження табл. 9

11. Коефіцієнт оборотності дебиторської заборгованості	70	80	60	70	50	60	70	80	70	60	60	70	70	60	70	80	70	80
12. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	60	50	60	50	40	60	40	70	60	50	70	50	60	40	50	40	50	50
13. Рентабельність основних засобів	50	70	90	60	70	60	80	50	70	50	60	70	60	50	70	60	60	50
14. Рентабельність реалізованої продукції	60	70	60	60	60	70	90	60	70	60	70	80	70	60	70	80	60	60
15. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	90	60	80	70	60	90	90	80	70	50	90	90	50	60	60	50	60	70
16. Коефіцієнт фінансової стійкості	60	70	60	60	80	80	70	80	90	90	60	70	80	60	50	60	70	90
17. Термін окупності	100	70	100	100	90	100	80	100	100	70	100	90	100	80	100	90	90	100
18. Діагностика ймовірності банкрутства підприємства	60	50	50	70	60	50	30	30	50	40	50	60	60	60	50	40	50	40

Джерело: розраховано за даними досліджуваного підприємства

ДИСКРЕТНЕ ФОРМУВАННЯ БАЛІВ (НАДАНИХ ЕКСПЕРТАМИ)

Кількість балів	Показники (нумерація здійснюється на основі анкети оцінювання)																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20	0	0	0	0	0	0	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0	0	3	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
40	6	2	3	0	0	0	5	7	0	1	0	5	0	0	0	0	0	3
50	5	4	7	4	1	0	3	4	9	9	2	8	6	2	3	1	0	9
60	7	5	7	1	2	1	1	0	4	4	4	5	6	10	3	7	0	5
70	3	4	2	0	4	5	0	0	2	4	9	2	6	5	4	5	2	1
80	0	5	0	6	4	6	0	0	4	2	5	0	1	2	3	4	2	0
90	0	0	0	5	4	6	0	0	1	0	0	0	1	1	6	3	5	0
100	0	0	0	0	5	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0

Джерело: розраховано за даними досліджуваного підприємства

МАТРИЦЯ РАНГІВ

Показник	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1. Коефіцієнт покриття довгострокових вкладень	9,5	11,5	7	13,5	16,5	16	15	11,5	11	11	7	14,5	15,5	15	16	6	11	13	15,5	11,5
2. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	5,5	6,5	15	3	7,5	14	9	15,5	15,5	11	10,5	14,5	15,5	3	4	9	7,5	8	4	6,5
3. Коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів	14,5	11,5	10	13,5	7,5	11,5	12	11,5	15,5	6,5	10,5	14,5	11	17	16	17	13,5	13	9,5	15
4. Коефіцієнт автономії	14,5	6,5	5	13,5	2,5	5,5	2	8	2,5	1,5	5	5,5	13,5	6	8	3	3	13	6	3
5. Грошовий потік	3,5	11,5	1,5	8,5	2,5	5,5	6,5	1,5	11	6,5	2,5	2,5	7,5	7	1,5	3	3	5	1,5	3
6. Чистий/балансовий прибуток	3,5	1	5	1,5	7,5	2,5	9	4,5	5	6,5	2,5	2,5	1,5	3	3	6	7,5	3,5	3	6,5
7. Фондовідачі	18	17	18	13,5	16,5	18	17,5	15,5	18	16	17	18	18	18	18	13,5	18	17	18	18
8. Фондоємність	17	18	15	18	16,5	17	15	15,5	17	18	17	17	17	15	16	18	17	17	17	15
9. Індекс дохідності	14,5	2,5	15	13,5	2,5	11,5	12	8	11	13,5	7	5,5	4,5	10,5	8	13,5	13,5	13	9,5	6,5
10. Коефіцієнт зносу основних засобів	9,5	15	15	17	11,5	5,5	12	15,5	5	3	14	9	13,5	6	8	13,5	13,5	8	13	9,5

11. Коефіцієнт оборотності дебиторської заборгованості	5,5	2,5	10	5	14	9	4,5	8	11	11	7	5,5	7,5	11	8	6	7,5	3,5	6	6,5
12. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	9,5	15	10	14	17	14	15	12	11	16	17	9	11	15	5	9	14	17	13	15
13. Рентабельність основних засобів	15	6,5	3	8,5	7,5	9	9	4,5	11	6,5	14	12	7,5	11	13	14	7,5	8	9,5	15
14. Рентабельність реалізованої продукції	9,5	6,5	10	8,5	12	9	2	12	7	6,5	11	5,5	7,5	6	8	14	3	8	13	12
15. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	2	12	5	5	12	2,5	2	4,5	5	14	2,5	15	3	11	13	3	7,5	1,5	9,5	9,5
16. Коефіцієнт фінансової стійкості	9,5	6,5	10	8,5	5	5,5	6,5	4,5	2,5	1,5	11	9	4,5	11	13	9	7,5	8	6	3
17. Термін окупності	1	6,5	1,5	1,5	2,5	1	4,5	1,5	7	6,5	2,5	1	1,5	3	1,5	1	1	1,5	1,5	1
18. Ймовірність банкрутства підприємства	9,5	15	15	5	12	14	18	18	11	16	14	12	11	11	13	14	16	13	16	15

Джерело: розраховано за даними досліджуваного підприємства

Матриця переваг

Показник	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Коефіцієнт покриття довгострокових вкладень	1	1	2	3	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	5	1
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
Коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	5	1
Коефіцієнт автономії	1	1	1	1	1	2	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
Грошовий потік	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	2	0
Чистий/балансовий прибуток	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	2	0
Фондовіддача	1	2	1	3	4	4	1	1	2	2	2	1	2	2	3	3	7	1
Фондосміність	1	2	1	2	4	4	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	7	1
Індекс доходності	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
Коефіцієнт зносу основних запасів	1	1	1	2	2	3	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	4	1
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	5	1
Рентабельність основних засобів	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
Рентабельність реалізованої продукції	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	1	1	1	1	1	2	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
Коефіцієнт фінансової стійкості	1	1	1	1	2	2	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
Термін окупності	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Ймовірності банкрутства підприємства	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	5	1

Джерело: сформовано автором за даними досліджуваного підприємства

Показники порівняльної важливості напрямів

Напрямок (фактори, параметри)	Найменування показників							Коефіцієнт активності експертів
	Сума рангів	Середній ранг	Середнє значення в балах	Частота максимально можливих оцінок	Середня вага (нормована оцінка)	Розмах оцінок в балах	Коефіцієнт активності експертів	
Умовні позначення								
	S_j	\bar{s}_j	$\bar{\mu}_j$	$K/100j$	W_j	L_j	Kae_j	
1	2	3	4	5	6	7	8	
1	247,5	12,38	53,00	0	0,050	30	1,00	
2	185	9,25	63,00	0	0,056	40	1,00	
3	251	12,55	53,00	0	0,049	30	1,00	
4	127,5	6,38	73,50	0	0,066	40	1,00	
5	95	4,75	81,50	0,25	0,073	50	1,00	
6	85	4,25	81,50	0,1	0,073	40	1,00	
7	341,5	17,08	28,50	0	0,027	40	1,00	
8	333	16,65	35,50	0	0,033	30	1,00	
9	195,5	9,78	62,00	0	0,058	40	1,00	
10	217	10,85	58,5	0	0,054	40	1,00	
11	148,5	7,43	68,50	0	0,062	30	1,00	
12	256,5	12,83	52,00	0	0,048	20	1,00	
13	189,5	9,48	62,50	0	0,057	40	1,00	
14	168,5	8,43	65,00	0	0,058	40	1,00	
15	136,5	6,83	72,5	0	0,066	40	1,00	
16	140,5	7,03	70,50	0	0,065	30	1,00	
17	49	2,45	92,50	0,55	0,082	30	1,00	
18	265	13,25	50,00	0	0,049	30	1,00	

Джерело: сформовано автором за даними досліджуваного підприємства

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ГОНЧАРУК Інна Вікторівна
ШЕВЧУК Ганна Вікторівна

**МЕХАНІЗМ УДОСКОНАЛЕННЯ
ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ
ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОЇ ГАЛУЗІ**

Монографія

Підписано до друку 10.02.2022.
Формат 60x84/16. Папір офсетний офсетний.
Друк цифровий.
Друк. арк. 11,25. Умов. друк. арк. 10,46. Обл.-вид. арк. 8,25.
Наклад 100 прим. Зам. № 493/1.

Віддруковано з оригіналів замовника.
ФОП Корзун Д.Ю.
Свідоцтво про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця
серія В02 № 818191 від 31.07.2002 р.

Видавець та виготовлювач ТОВ «ТВОРИ».
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції серія ДК № 6188 від 18.05.2018 р.
21034, м. Вінниця, вул. Немирівське шосе, 62а.
Тел.: 0 (800) 33-00-90, (096) 97-30-934, (093) 89-13-852, (098) 46-98-043.
e-mail: info@tvoru.com.ua
<http://www.tvoru.com.ua>