

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кваліфікаційна наукова праця  
на правах рукопису

**ШЕВЧУК ГАННА ВІКТОРІВНА**

УДК 330.131.3:663.3

**ДИСЕРТАЦІЯ**

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

Спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами  
(за видами економічної діяльності)

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,  
результатів і текстів інших авторів містять посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ Г. В. Шевчук

Науковий керівник: Гончарук Інна Вікторівна, кандидат економічних наук,  
доцент

Вінниця – 2020

## АНОТАЦІЯ

Шевчук Г. В. Механізм удосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук зі спеціальності 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності). – Вінницький національний аграрний університет, Вінниця, 2020.

У дисертаційній роботі викладено теоретичні положення, методичні та практичні аспекти щодо удосконалення механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі на основі організаційно-економічного механізму.

Здійснено теоретичне узагальнення основ функціонування підприємств галузі плодоовочівництва. Розглянуто концептуальний підхід щодо формування, управління та функціонування підприємств плодово-овочевої галузі. Обґрунтовано такі визначення, як: механізм, галузь, плодово-овочева галузь, організаційно-економічний механізм. Розглянуто умови та фактори, які у формуванні організаційно-економічного механізму безпосередньо діють на ефективність діяльності підприємства. Проаналізовано систему управління та визначено інструментарій, необхідний для функціонування підприємств плодово-овочевої галузі.

Висвітлено передумови функціонування плодово-овочевої галузі, чинники впливу на неї та систему управління підприємствами плодово-овочевої галузі. Узагальнені фактори внутрішнього та зовнішнього середовища задля забезпечення ефективності організаційно-економічного механізму, поданого в роботі. Запропоновано відповідні принципи, критерії, підходи та методи дослідження організаційно-економічного механізму.

Проаналізовано вітчизняний та зарубіжний досвід, висвітлені головні заходи державної підтримки аграрного сектору в Європі та США, за даними Ресурсного центру з питань аграрного маркетингу побудована діаграма споживання свіжих плодів населенням. Виявлено низку лідерів та

монополістів на ринку переробного виробництва та напоїв в Україні, надано характеристику їх діяльності. Висвітлено тенденції розвитку економіки плодово-овочевої галузі та її стан в Україні. Представлено загальне виробництво сільськогосподарських культур в Україні, дані валового виробництва овочів, ягід та плодів. Відображено показники споживання свіжих і консервованих овочів та фруктів на одну особу. Проаналізовано фінансовий стан підприємств плодово-овочевої галузі Вінницької області. Відмічено, що господарства населення як форма господарювання посідають важливе місце в системі аграрної економіки України, в т.ч. плодово-овочевої.

Виявлено низку лідерів на ринку переробного виробництва, це такі компанії, як: «Верес», Могилів-Подільський консервний завод, «Тотал», «Пані Крістіна», «Шафран Еліт». В споживчій сфері вони більше відомі за торговими марками: «Дари ланів», Еммі, Holiday.

В сучасному сегменті споживання напоїв основними монополістами на ринку напоїв є «PepsiCo», «Кока-Кола», «Вітмарк-Україна», це такі відомі нам напої: Pepsi, Pepsi Twist, Pepsi Light, Mirinda, 7UPSprite, Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta, Schweppes, BonAqua, Aquarte. Соки, смузі та холодні чаї: Sandora, «Садочок», Rich, Jaffa, «Наш сік», «Соковита», «Прямосік», Jaffa Kinder, «Джусік», «Просто фрукти», FUZE TEA та йогурти й дитячі кисломолочні продукти: «Слов'яночка», «Чудо», «Чудо-Чудо».

Висвітлено тенденції розвитку економіки плодово-овочевої галузі та її стан в Україні. Представлено загальне виробництво сільськогосподарських культур в Україні, дані валового виробництва овочів, ягід та плодів. Зображено показники споживання свіжих і консервованих овочів та фруктів на одну особу.

Проаналізовано фінансовий стан підприємств плодово-овочевої галузі Вінницької області. Аналіз показав, що підприємства недостатньо стійкі до коливань ринкового попиту та впливу інших факторів фінансово-господарської діяльності.

У Вінниці та Вінницькій області лідерами плодопереробних

підприємств є такі підприємства:

- ТОВ «Агрона Фрут Україна»;
- ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»;
- ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ-ВІННИЦЯ»;
- ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод».

Представлена нами в роботі таблиця динаміки фінансових показників діяльності переробних підприємств Вінницької області засвідчує неоднозначний стан досліджуваних підприємств. За період 2014–2018 рр. два підприємства отримали прибуток, а інші два – збиток.

Розроблено механізм залучення інвестицій підприємств плодово-овочевої галузі, механізм раціональної маркетингової структури підприємств; подано механізм державного регулювання підприємств плодово-овочевої галузі. Запропоновано спосіб організації агромаркетингу при обслуговуванні малих сільських товаровиробників переробними підприємствами. Задля залучення інвестицій було розроблено схему, яка сприятиме вирішенню економічних питань та соціального розвитку галузі, що спрямовані на поліпшення роботи суб'єктів у цій галузі господарювання, підвищення ефективності функціонування механізмів забезпечення рентабельності і працездатності.

**Ключові слова:** організаційно-економічний механізм, галузь, система, плодово-овочева галузь, виробництво, функціонування підприємств, державне регулювання, маркетинг, інвестування.

## ABSTRACT

Shevchuk H. V. The mechanism of improvement of enterprise functioning in the fruit and vegetable industry. – Qualification scientific work on the rights of the manuscript.

Thesis for a Candidate Degree in Economics for specialty 08.00.04 «Economics and Management of Enterprises» (by types of economic activity). – Vinnytsia National Agrarian University, Vinnytsia, 2020.

The thesis presents theoretical provisions, methodological and practical aspects of improving the mechanism of functioning of enterprises of the fruit and vegetable industry on the basis of organizational and economic mechanism.

The theoretical generalization of the basics of functioning of the enterprises of the fruit and vegetable industry is carried out. A conceptual approach to the formation, management and operation of fruit and vegetable enterprises is considered. Definitions such as mechanism, branch, fruit and vegetable branch, organizational and economic mechanism are substantiated. The conditions and factors that directly affect the efficiency of the enterprise are considered in the formation of the organizational and economic mechanism. The management system is analyzed and the tools necessary for the functioning of the fruit and vegetable enterprises are determined.

The prerequisites for the functioning of the fruit and vegetable industry, the factors influencing it and the system of management of the enterprises of the fruit and vegetable industry are highlighted. Generalized factors of the internal and external environment to ensure the effectiveness of the organizational and economic mechanism proposed in the paper. The corresponding principles, criteria, approaches and methods of researching the organizational and economic mechanism are proposed.

The domestic and foreign experience is analyzed, the main measures of state support of the agrarian sector in Europe and the USA are highlighted, according to the data of the Agrarian Marketing Resource Center a chart of fresh fruit consumption by the population is drawn up. A number of leaders and monopolists on the market of processing and beverages in Ukraine have been identified, and their activity is described. The tendencies of development of economy of fruit and vegetable industry and its state in Ukraine are covered. The total production of crops in Ukraine, the gross production of vegetables, berries and fruits are presented. Consumption of fresh and canned vegetables and fruits per person is reflected. The financial situation of the enterprises of fruit and vegetable industry of Vinnitsa region is analyzed. It is noted that households as a form of business

occupy an important place in the system of agrarian economy of Ukraine, incl. fruits and vegetables.

The processing industry has a number of leaders. These companies are: «Veres», Mohyliv-Podilskyi Canned Plant, «Total», «Mrs. Kristina», «Saffron Elite». We know them more by brands, such as «Dary Laniv», «Emmi», «Holiday». The main monopolists in the market of drinks are «PepsiCo», «Coca-Cola», «Vitmark-Ukraine». These are such well-known drinks as Pepsi, Pepsi Twist, Pepsi Light, Mirinda, 7UPSsprite, Coca Cola, Coca Cola Zero, Fanta, Schweppes, BonAqua, Aquarte. Juices, stripes and cold teas: Sandora, Sadochok, Rich, Jaffa, Nash Sik, Sokovyta, Pryamosik, Jaffa, Kinder, Juicik, Prosto Fruky, FUZE TEA, and yogurts and baby dairy products: Slovyanochka, Chudo, Chudo-Chad.

The trends of the economy of the fruit and vegetable industry and its state in Ukraine are highlighted. The total production of agricultural crops in Ukraine, the data of gross production of vegetables, fruits and vegetables are represented. In addition, the consumption of fresh and canned fruits and vegetables per person is shown.

The financial situation of the enterprises of the fruit and vegetable industry, namely, in Vinnytsia region, is analyzed. The analysis showed that the subsectors are not sufficiently resistant to fluctuations in market demand and other factors of financial and economic activity.

In Vinnytsia and Vinnytsia region, the following enterprises are the leaders of fruit-processing enterprises:

- LLC «Agrana Frut Ukraine»;
- PJSC «Vinnytsia Food Processing Factory»;
- LLC «SOLODKA MRIIA-VINNYTSIA»;
- PJSC «Mohyliv-Podilsky Tinnitus Plant».

The presented table of dynamics of financial indicators of activity of processing enterprises of the Vinnytsia region testifies to the ambiguous state of

the company's research. For the period of 2014–2018, two companies received profit, and two suffered a loss.

The mechanism of attraction of investments of the enterprises of fruit and vegetable branch, the mechanism of rational marketing structure of the enterprises is developed; The mechanism of state regulation of enterprises of fruit and vegetable industry is proposed. The method of organization of agromarketing in servicing small rural producers by processing enterprises is offered. To attract investment, a scheme has been developed that will help address the economic and social development of the industry, aimed at improving the performance of entities in this sector of economy, improving the efficiency of functioning mechanisms for ensuring profitability and efficiency.

**Key words:** organizational and economic mechanism, branch, system, fruit and vegetable industry, production, functioning of enterprises, state regulation, marketing, investments.

### Список опублікованих праць за темою дисертації

#### *Статті у наукових фахових виданнях України:*

1. Шевчук Г. В. Організаційно-економічний механізм функціонування підприємств плодоовочевої галузі. *Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського*. 2015. № 2. С. 182–187 (0,60 друк. арк.)
2. Шевчук Г. В. Складові елементи організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі. *Агросвіт*. 2016. № 15–16. С. 41–45 (0,42 друк. арк.)
3. Шевчук Г. В. Сутність, критерії та методологічні підходи до формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент*. 2016. № 12. С. 101–108 (0,46 друк. арк.)
4. Шевчук Г. В. Особливості функціонування підприємств плодоовочевої галузі Вінницької області. *Економіка. Фінанси. Менеджмент*.

2017. № 1(10). С. 156–163 (0,67 друк. арк.)

5. Шевчук Г. В. Економічна оцінка зарубіжного та вітчизняного досвіду формування організаційно-економічного механізму підприємств плодоовочевої галузі. *Ефективна економіка*. 2017. № 11 (0,50 у.д.а.)

6. 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 (0,58 друк. арк.) (*Особистий внесок полягає у розробці раціональної маркетингової структури управління підприємством плодоовочевої галузі*)

7. Гончарук І. В., Шевчук Г. В. Маркетинг як фактор конкурентоспроможності підприємств плодоовочевої галузі. *Агросвіт*. 2020. № 5. С. 74–78 (0,53 у.д.а.) (*Особистий внесок полягає у розробці алгоритму використання маркетингу підприємствами плодоовочевої галузі*)

#### **Статті у періодичних наукових виданнях інших держав:**

8. Shevchuk H. Attraction of investments by the enterprises of the fruit and vegetable industry. *Colloquium-journal*. 2020. № 6. С. 4–8 (0,47 у.д.а.)

#### **Матеріали наукових конференцій:**

9. Шевчук Г. В. Сучасний стан та проблеми розвитку плодоовочевої галузі. *Сучасні агротехнології: тенденції та інновації*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 17–18 листоп. 2015 р. Вінниця. ВНАУ, 2015. С. 11–13 (0,09 друк. арк.)

10. Шевчук Г. В. Конкурентоспроможність в галузі плодоовочівництва. *Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність*: матеріали Міжнар. internet-конф. студ. та мол. вчен., 20 груд. 2015 р. Харків. ХПІ, 2015. С. 51–52 (0,10 друк. арк.)

11. 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 (0,11 друк. арк.)

12. Шевчук Г. В. Аналіз ефективності функціонування підприємств плодоовочевої галузі Вінницької області. *Теорія, практика, зміст інноваційних технологій в сучасній науковій думці*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 10 лист. 2017 р. Кропивницький. Міжнародна академія інноваційних технологій, 2017. С. 14–15 (0,10 друк. арк.)

13. Шевчук Г. В. The problems in development of fruit and vegetable production and ways of their overcoming. *Антикризове управління: держава, регіон, підприємство*: матеріали міжнар. наук. конф., 1 лист. 2017 р. Ле-Ман : LeMans Universite, 2017. С. 58–62 (0,20 друк. арк.)

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	12
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ .	21
1.1. Концептуальний підхід щодо формування організаційно-економічного механізму функціонування та управління підприємств плодоовочевої галузі.....	21
1.2. Сутність, критерії та методологічні підходи до формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі.....	35
1.3. Складові елементи організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі.....	45
Висновки до розділу 1 .....	58
Список використаних джерел до розділу 1 .....	61
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОЇ ГАЛУЗІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМСТВ .....	71
2.1. Економічна оцінка зарубіжного і вітчизняного досвіду формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі.....	71
2.2. Стан та тенденції розвитку економіки плодоовочевої галузі України	83
2.3. Аналіз ефективності функціонування підприємств плодоовочівництва Вінниці та Вінницької області .....	102
Висновки до розділу 2 .....	1154
Список використаних джерел до розділу 2 .....	120
РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОЇ ГАЛУЗІ .....	128
3.1. Розробка і впровадження раціональної маркетингової структури	

	11
підприємств плодово-овочевої галузі .....	128
3.2. Удосконалення механізму залучення інвестицій підприємств плодово-овочевої галузі .....	148
3.3. Державне регулювання – важливий фактор підвищення ефективності функціонування ринку плодово-овочевої продукції.....	169
Висновки до розділу 3 .....	184
Список використаних джерел до 3 розділу .....	188
ВИСНОВКИ.....	196
ДОДАТКИ.....	196

## ВСТУП

**Актуальність теми.** 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.

Величезний потенціал плодово-овочевої галузі залишається нереалізованим, 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 плодово-овочевої галузі.

Розроблення проблеми відзначається науково-методичною і практичною доцільністю для продукування інноваційних підходів до організації господарювання у цій сфері. Наукове підґрунтя пізнання засад та

механізмів функціонування підприємств плодово-овочевої галузі сформоване завдяки напрацюванням П. Т. Саблука, А. Д. Діброви, Д. Ф. Ліста, І. І. Лукінова, Г. М. Калетніка, С. М. Кваші, В. Я. Месель-Веселяка, І. В. Гончарук, М. Й. Маліка, В. Г. Андрійчука, О. Г. Шпикуляка, К. В. Мазур, Р. В. Логоші, В. І. Криворучка, Ю. Я. Лузана, М. П. Сичевського, В. І. Мельник, Л. Г. Чернюк, Л. О. Мармуль, В. І. Артиш, Ю. В. Міронової та ін.

Однак залишаються відкритими і потребують поглибленого розроблення науково-методичні рекомендації із досягнення ефективності механізмів функціонування підприємств як суб'єктів ринку плодово-овочевої продукції. Недостатньо досліджені економічні механізми формування та розвитку плодово-овочевої 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 плодово-овочевої галузі, актуалізує тему дисертаційної роботи, обумовило цілі та завдання дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційна робота виконана відповідно до плану наукових досліджень Вінницького національного аграрного університету і є складовою частиною науково-дослідних тем: «Дослідження розвитку трансформаційних процесів в аграрній економіці макрорегіону Поділля» (номер державної реєстрації 0115U001345, термін виконання 2015–2017 рр.), де автором проведений аналіз розвитку та використання соціально-економічного потенціалу Вінницького регіону; удосконалено методичні підходи до аналізу трансформаційних процесів макрорегіону Поділля та механізму забезпечення продовольчої безпеки регіону; «Формування та удосконалення механізму сталого розвитку економічних систем» (номер державної реєстрації 0114U006192, термін виконання 2014–2019 рр.), де автором висвітлені

основні фактори та розроблені методологічні підходи до формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дослідження є обґрунтування теоретичних та поліпшення методичних засад формування механізму удосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі для забезпечення раціонального використання виробничого потенціалу.

Відповідно до поставленої мети в роботі представлені такі завдання:

- розкрити теоретичні та методичні положення сутності механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі;
- інтерпретувати організаційно-економічні умови розвитку й особливості функціонування підприємств;
- методично охарактеризувати складові механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі;
- визначити особливості розвитку плодово-овочевої галузі та зарубіжний досвід формування механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі;
- здійснити оцінку національної специфіки розвитку плодово-овочевої галузі України;
- оцінити регіональні тенденції формування ефективності функціонування підприємств плодово-овочівництва;
- запропонувати організаційно-економічні заходи щодо удосконалення регіональної маркетингової структури підприємств плодово-овочевої галузі;
- розробити напрями удосконалення механізму залучення інвестицій підприємств плодово-овочевої галузі;
- обґрунтувати концептуальні положення підвищення ролі державного регулювання у підвищенні ефективності функціонування ринку плодово-овочевої продукції.

*Об'єктом дослідження* є організаційно-економічний механізм функціонування підприємств плодово-овочевої галузі.

*Предметом дослідження* є сукупність теоретико-методичних і

прикладних засад розвитку організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі.

*Методи дослідження.* Теоретичну і методологічну основу дослідження склали праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів із проблем сталого розвитку агропромислового виробництва і плодово-овочевої галузі; вдосконалення організаційно-економічного механізму підприємницького господарювання; активізації інноваційних і інвестиційних процесів.

Результати роботи викладені у відповідності до методологічних засад менеджменту та на принципах діалектичного підходу, що дозволяє здійснювати дослідження функціонування підприємств плодово-овочевої галузі в умовах відкритого внутрішнього ринку та експортної орієнтації в процесі їх розвитку.

При обґрунтуванні теоретичних і методологічних положень функціонування підприємства плодово-овочевої галузі використовувалися абстрактно-логічний і монографічний методи; при оцінці факторів, що впливають на формування аграрного ринку, – економіко-статистичний; при розробці напрямків удосконалення економічних відносин – статистичний і монографічний.

При проведенні досліджень ринку та особливостей функціонування плодово-овочевої галузі використано вторинну інформацію у формі законодавчих актів, даних Державної служби статистики України, результатів досліджень наукових установ, довідкової літератури. Для обґрунтування положень з удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі використано матеріали річних звітів сільськогосподарських і переробних підприємств.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в обґрунтуванні теоретичних та поліпшенні методичних засад формування механізму удосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі для забезпечення раціонального використання виробничого потенціалу.

Одержано такі наукові результати:

*удосконалено:*

- концептуально-методичний підхід до формування механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі в умовах здійснення євроінтеграційних процесів, що відрізняється від існуючих структурою та змістом послідовних етапів розбудови системи управління суб'єктами господарювання, спрямованих на розвиток визначених переваг та зменшення впливу недоліків в діяльності підприємств плодово-овочевої галузі на основі організації їх маркетингової взаємодії та кооперування, підвищення результативності роботи систем формування інвестицій та конкурентоспроможності;

- теоретичні та методичні положення визначення сутності організаційно-економічного механізму функціонування 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, прозорості ринку, захисту конкурентного середовища, а також дозволяє достатньо розкрити складові системи управління суб'єктами господарювання та виявити основні переваги та недоліки в їх діяльності;

- науково-методичні засади оцінки стану ринку плодово-овочевої продукції та обґрунтування перспективних шляхів організації взаємодії підприємств плодово-овочевої галузі через оцінку зарубіжного та вітчизняного досвіду у формуванні організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі; встановлення тенденцій розвитку українського і закордонних ринків плодово-овочевої продукції; аналіз діяльності визначених лідерів; дослідження типових товарів, що експортуються; аналіз стану підприємств, що виробляють плодово-овочеву продукцію;

- науково-методичний підхід до організації руху інформації, продукції та грошових коштів при маркетинговому обслуговуванні малих сільських



переробних підприємств, що відрізняється від існуючих способом розподілу повноважень, основних процесів суб'єктів, функцій, завдань, кількісним складом суб'єктів, урахуванням вимог до якості продукції та послуг, послідовністю розподілу інформації, порядком прийняття управлінських рішень, системою мотивації у їхньому взаємозв'язку та постійному русі при зміні оточуючого маркетингового середовища;

*набули подальшого розвитку:*

- удосконалення моделі взаємодії підприємств та малого сільського бізнесу плодово-овочевої галузі на основі їхньої маркетингової діяльності з урахуванням галузевої специфіки організаційної структури та менеджменту, обґрунтування підходу до розв'язання проблеми «безприбутковості» характеру досліджуваних формувань, що, на відміну від існуючих, сприятиме об'єднанню власних зусиль переробних підприємств та захисту інтересів товаровиробників різних розмірів на селі;

- визначення факторів зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства плодово-овочевої галузі для вирішення низки економічних питань щодо розвитку регіонів, загального підвищення ефективності аграрного сектору, а також поєднання державного регулювання та внутрішньогосподарського управління діяльністю сільськогосподарських товаровиробників;

- науково-методичний підхід до формування механізму підвищення результативності роботи систем формування інвестицій підприємств плодово-овочевої галузі на основі оптимального розподілу обсягу створеної продукції і витрат із забезпеченням необхідності виробництва, беззбиткової роботи і конкурентних переваг, що відрізняється від існуючих розподілом необхідних коштів на фіксовану частину і частину, що визначається у відповідності до кон'юнктури ринку і вимог підрядників, а залучення джерел інвестицій здійснюється в порядку від найбільш дешевих (прибуток, амортизація) до кредитних, після дослідження потенціалу використання залучених коштів та проведення аналізу ситуації на грошовому ринку;

- підхід до розвитку механізму державного регулювання ринку плодово-овочевої продукції, що охоплює роль державних закупівель, інтервенції, заставних операцій у формуванні механізму удосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі; цільові комплексні державні програми формування ринкових структур плодово-овочевої галузі; державні і регіональні продовольчі фонди; створення оптової ланки продовольчого ринку для формування системи заходів із централізованого впливу держави та регіональних органів на конкурентоспроможність і економічну стійкість вітчизняних підприємств;

- критеріальні виміри оцінки впливу ресурсного потенціалу на формування організаційно-економічного механізму переробних підприємств в частині визначення їхньої інвестиційної привабливості. Запропоноване ранжування критеріїв по мірі зниження їхньої відносної важливості при аналізі інвестиційної привабливості підприємств дозволяє встановити найбільш істотні зв'язки між елементами ресурсного потенціалу переробних підприємств та виділити найбільш значущі критерії при формуванні комплексу заходів підприємств та визначенні напрямів залучення інвестицій.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що основні теоретичні положення і висновки, які представлені в дисертації, роблять суттєвий внесок в теорію функціонування підприємств і можуть бути використані при вдосконаленні механізмів функціонування підприємств плодово-овочевої галузі. Науково-практична цінність результатів дисертаційної роботи підтверджена Чечельницькою районною державною адміністрацією (довідка № 36 від 14.05.18 р.). Окремі результати дисертаційної роботи, що стосуються удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі знайшли застосування у діяльності ТОВ «Органік-Д» (довідка № 19 від 04.06.18 р.), ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ-ВІННИЦЯ» (довідка № 17 від 01.02.18 р.), ТОВ «Агрона Фрут Україна» (довідка № 03/07-18 від 03.07.18 р.), ТОВ «Фруктона-ВН» (довідка № 48/10/18 від 26.10.18 р.).

Теоретичні положення дисертаційної роботи використовуються в навчальному процесі Вінницького національного аграрного університету при викладанні дисциплін «Економіка підприємства», «Підприємництво», «Мікроекономіка», «Економіка аграрного виробництва», «Економічна теорія» (довідка № 01.1-60-360 від 24.02.2020 р.)

**Особистий внесок дисертанта.** Усі відображені в дисертації висновки та положення наукової новизни одержані автором самостійно. У дисертації не були використані ідеї або розробки, що належать співавторам, разом з якими були опубліковані наукові праці. Із таких праць дисертантом були використані лише положення, які становлять його особистий внесок.

**Апробація результатів дисертаційної роботи.** Результати наукових досліджень, що включені до дисертаційної роботи, доповідалися й обговорювалися на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасні агротехнології: тенденції та інновації» (м. Вінниця, Вінницький національний аграрний університет, 17–18 листопада 2015 р.); Міжнародній Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність» (м. Харків, Харківський політехнічний інститут, 20 грудня 2015 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Стан та шляхи стабілізації фінансово-економічної системи» (м. Київ, Аналітичний центр «Нова економіка», 26–27 лютого 2016 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Трансформаційна динаміка розвитку агропромислового виробництва» (м. Вінниця, Вінницький національний аграрний університет, 28–29 квітня 2016 р.); Науково-технічній конференції «Земля України – потенціал продовольчої, енергетичної та екологічної безпеки держави» (м. Вінниця, Вінницький національний аграрний університет, 5–9 вересня 2016 р.); Міжнародній науково-технічній конференції «Розвиток земельних відносин та організаційно-економічне, правове, технологічне забезпечення агропромислового комплексу України» (Вінниця–Київ, Вінницький національний аграрний університет, 23–25 травня 2017 р.); V Всеукраїнській

науковій конференції молодих учених та студентів «Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління» (м. Київ, Київський національний університет технологій та дизайну, 9 листопада 2017 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія, практика, зміст інноваційних технологій в сучасній науковій думці» (м. Кропивницький, Міжнародна академія інноваційних технологій, 10 листопада 2017 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Антикризове управління: держава, регіон, підприємство» (Ле-Ман, Франція, 17 листопада 2017 р.).

**Публікації.** За результатами дослідження автором опубліковано 13 наукових праць загальним обсягом 4,81 друк. арк., з них 1 одноосібна стаття у науковому фаховому виданні – 0,60 друк. арк., 7 – у виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз – 3,16 друк. арк., 1 публікація в іноземному виданні – 0,47 друк. арк., 5 – у матеріалах конференцій (1 з них у співавторстві) – 0,58 друк. арк.

**Обсяг і структура дисертації.** Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Основний зміст дисертації становить 229 сторінки комп'ютерного тексту. Список використаних джерел, що включає 220 найменувань, викладено на 23 сторінках, додатків – 23 на 35 сторінках.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

### **1.1. Концептуальний підхід щодо формування організаційно-економічного механізму функціонування та управління підприємств плодово-овочевої галузі**

Питання продовольчої безпеки сьогодні досить гостро стоїть перед усіма країнами Європи в т.ч. Україною. Здорожчання 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 ЗМІ, на розвиток галузі у рамках співпраці з Канадою та Ізраїлем у 2015 р. було отримано 19 мільйонів канадських доларів [39]. Нині спостерігається тенденція щодо зростання цін на ринку плодово-овочевої продукції України. Для забезпечення функціонування плодово-овочевого 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 плодово-овочевої галузі.

Питання загальних механізмів функціонування ринків досліджено у працях таких науковців: А. Маршалла, К. Р. Макконнелла, Д. Ф. Ліста, Ф. А. фон Хайєка тощо. Проблеми функціонування плодовоовочевих ринків розглядали такі науковці, як В. І. Артиш, П. І. Гайдуцький, 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 сільськогосподарських, 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. Однак на 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.

Механізм – послідовність станів процесів, які визначають собою які-небудь дії, явища; система, пристрій, який визначає порядок якого-небудь виду діяльності [5].

При формуванні організаційно-економічного механізму та головних його елементів необхідно вирішити такі завдання, як [16, 28, 34, 35, 53, 68, 71]:

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

На основі цих цілей ми зможемо сформувані результат, який має бути

досягнутий при функціонуванні організаційно-економічного механізму. Такими цілями можуть бути [13, 34, 71]:

- 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 сприйняття 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, наявності інституційного забезпечення.

Найголовнішим значенням у формуванні та функціонуванні організаційно-економічного механізму є умови і чинники, які безпосередньо впливають на ефективність діяльності підприємства. Оскільки чинники, що ляжуть в основу аналізу, виконуватимуть значення базису у формуванні механізму управління ефективністю, то їх акцентування, вимірювання та облік дозволять підвищити якість в управлінні 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 [28, 35]:

- 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 продовольчій 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 в 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.

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 [35]:

- 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 ресурсоощадним 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 [6, 12, 34]:

- 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, установлення 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.

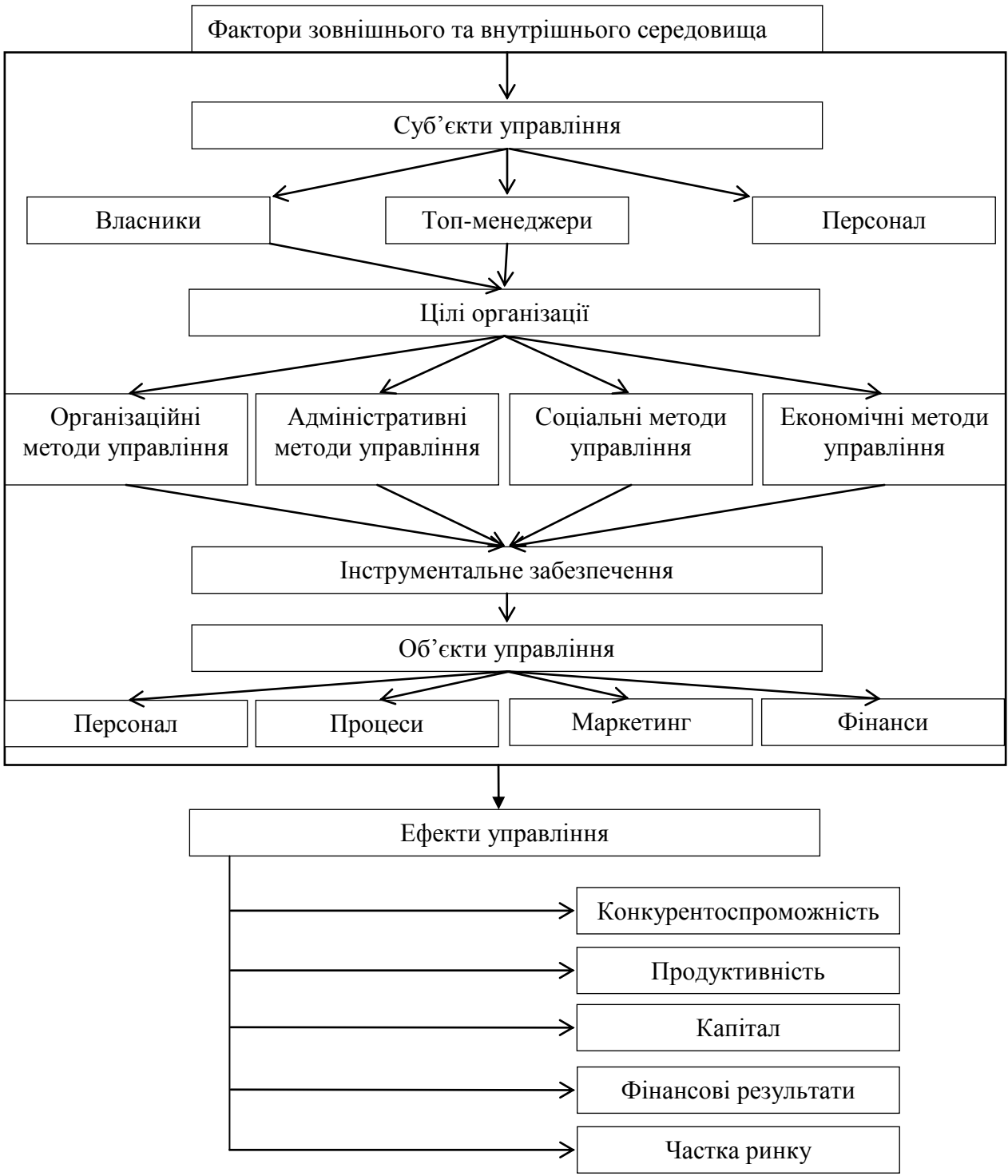


Рис. 1.1. Організаційно-економічний механізм управління

*Джерело: адаптовано автором.*

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).

Інструментарне забезпечення – це комплекс інструментів і правил та їх застосування для формування управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства. Інструментарне забезпечення ми розглядаємо як модель управління ефективністю з 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.). 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'язках 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 [13, 39, 47].

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

Лише держава в особі її органів влади може [47, с. 19]:

- здійснювати економічну і соціальну політику з метою забезпечення інтересів усіх верств населення;



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

Джерело: адаптовано автором.

- 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 плодоовочевої 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 [47, 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 [37, 63, 82]:

- запровадження мінімальної (нульової) ставки податку на додану вартість;
- загальнодержавні програми розвитку: державна підтримка розвитку плодово-овочевого виробництва, 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 [18].

На нашу думку, головним завданням державної інвестиційної політики плодоовочевої 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 [70, с. 83].

Серед стратегічних виділимо [16, 70, 89]:

- 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 [70, 87]:

- 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 [16, 88]:

- формування конкурентоспроможних структур;
- налагодження інформаційних потоків;
- підвищення ефективності виробництва;
- одержання стабільно зростаючого прибутку;
- зростання рівня інноваційності;
- 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 плодоовочевої галузі поєднає ресурсне, наукове, інформаційне, технічне управління процесом виробництва [91].

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

Планування представлене 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 [59]:

- 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 [68]:

- 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 плодовоовочевій 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 [18].

Серед екзогенних виділяють: політичні, загальноекономічні,

демографічні, інфляційні, валютні, екологічні, збутові, кон'юнктурні, конкурентні тощо [18]. На нашу думку, найбільш вагомими недореформованістю 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 [48]:

- 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 в 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 плодівництві 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 з механізмів не є домінантним, але, незважаючи на це, багато науковців внесли вагомий внесок у висвітлення поняття «механізм», це О. С. Онищенко [58], І. І. Лукінов [49] 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 [49].

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 [27].

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 [37].

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 [34].

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 є сукупність організаційних та економічних важелів, які формують і регулюють порядок здійснення діяльності суб'єктів господарювання, а також сприяють забезпеченню збалансованих відносин між ними [53].

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 [68]. 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 успіх 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» [68].

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 [79].

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 [92].

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 з узагальнюючих показників – прибутком чи собівартістю продукції [79].

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 [72].

Під ефективністю розуміють [24]:

- 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 [59]:

- 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 [11].

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 застосування 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: підсистеми показників цільової ефективності й підсистеми показників ресурсної ефективності (рис. 1.3.).

Показники задоволення потреб суб'єктів плодово-овочевої галузі належать до першої підсистеми, а саме: виробники овочевої сировини, плодо- 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.

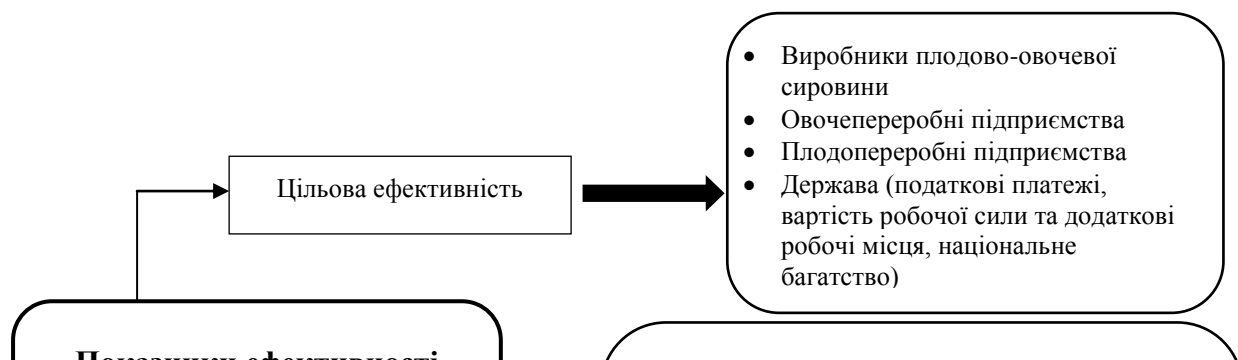




Рис. 1.3. Система показників ефективності економіко-організаційного механізму підприємств плодово-овочевої галузі

*Джерело: адаптовано автором.*

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.

Критерій економічної ефективності відображається наступною формулою [68]:

$$e = \frac{E \rightarrow \max}{B \rightarrow \min}, \quad (1.1)$$

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 (ВВП); 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 з урахуванням формування кооперативних та інтеграційних процесів, що дозволяють більш глибоко і всебічно розкрити динаміку, фактори і рівень ефективності виробництва і реалізації вирощеної 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:

- установлення 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 плодово-овочевого 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 [17].

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.).

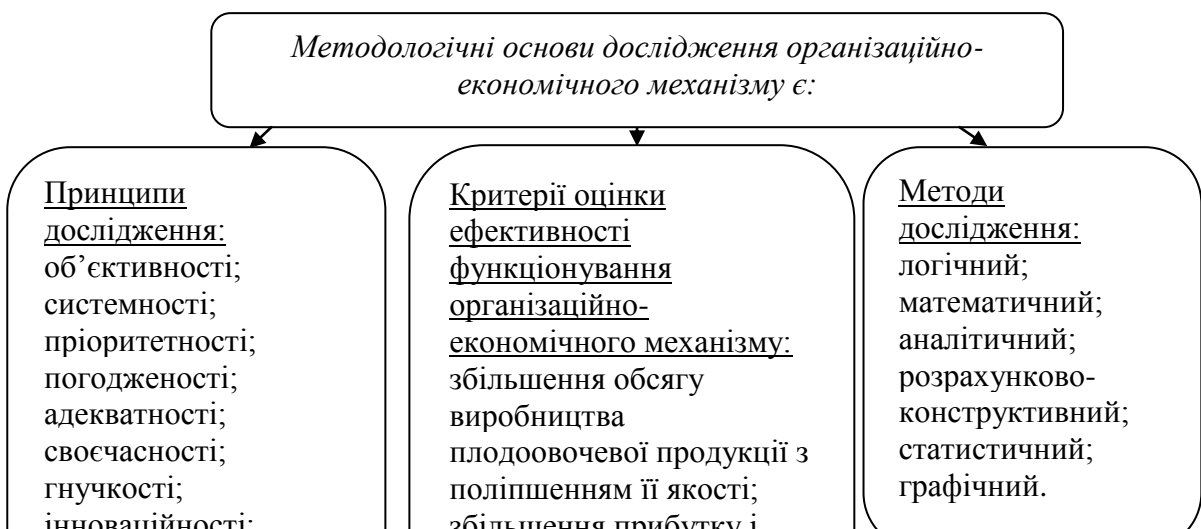


Рис. 1.4. Методологічні основи дослідження організаційно-економічного механізму

*Джерело: узагальнено автором на основі даних [79].*

Дослідженням методологічних аспектів розвитку плодоовочевої 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 плодоовочевої галузі автор виходить з 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.

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 плодовоовочевої 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 в 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 плодовоовочевої 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, з 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 плодоовочевої галузі не відпрацьовані або взагалі відсутні засоби, інструменти та методи реалізації процесів створення організаційно-економічного механізму підприємств плодоовочевої 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 плодоовочевої галузі досліджували такі науковці, як В. Артиш, Г. Атамась, О. Березіна, Р. Близький, Л. Дейнеко, В. Криворучко, А. Лисецького, І. Лукінов, Ю. Лузан, Л. Мармуль, О. Онищенко, П. Саблук, А. Сакур, Л. Чернюк та інші вітчизняні вчені. Питанням розвитку та удосконалення організаційно-економічного механізму діяльності сільськогосподарських, у тому числі плодоовочевих 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 [43].

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 напрямі, або механізм впливу державного регулювання на дії ринкових законів з метою досягнення поставлених цілей [55].

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) [34].

Л. Г. Дончак до внутрішнього економічного механізму відносить нормування, ціноутворення, планування, облік та контроль, підбиття підсумків діяльності, стимулювання та матеріальну відповідальність [31, 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 [81].

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 [13].

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 [13]:

- 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, Наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України № 344 від 08.07.97 «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі картоплею та плодово-овочевою продукцією» в редакції від 06.07.2018, 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 [17];

- 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-проекту «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%» [54].

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 [63].

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 мають опікуватися лише вище керівництво. До формування стратегічного потенціалу повинні бути залучені всі працівники підприємства шляхом розвитку інноваційного типу їхньої поведінки, сприяння налагоджувати ефективні комунікації 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 з економічними й адміністративними пріоритетну роль необхідно відвести соціально-психологічним методам управління, 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 стратегічного потенціалу підприємства. У цьому аспекті можна виділити три основні підходи [84]:

- 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 підприємства), 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 – з метою формування локальних потенціалів в 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 [84]:

- 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 із 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, Законом України «Про господарські товариства», 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 плодоовочевої 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 [14].

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 заінтересованості 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. 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 [25]: планування, організування, мотивування, контролювання, 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.

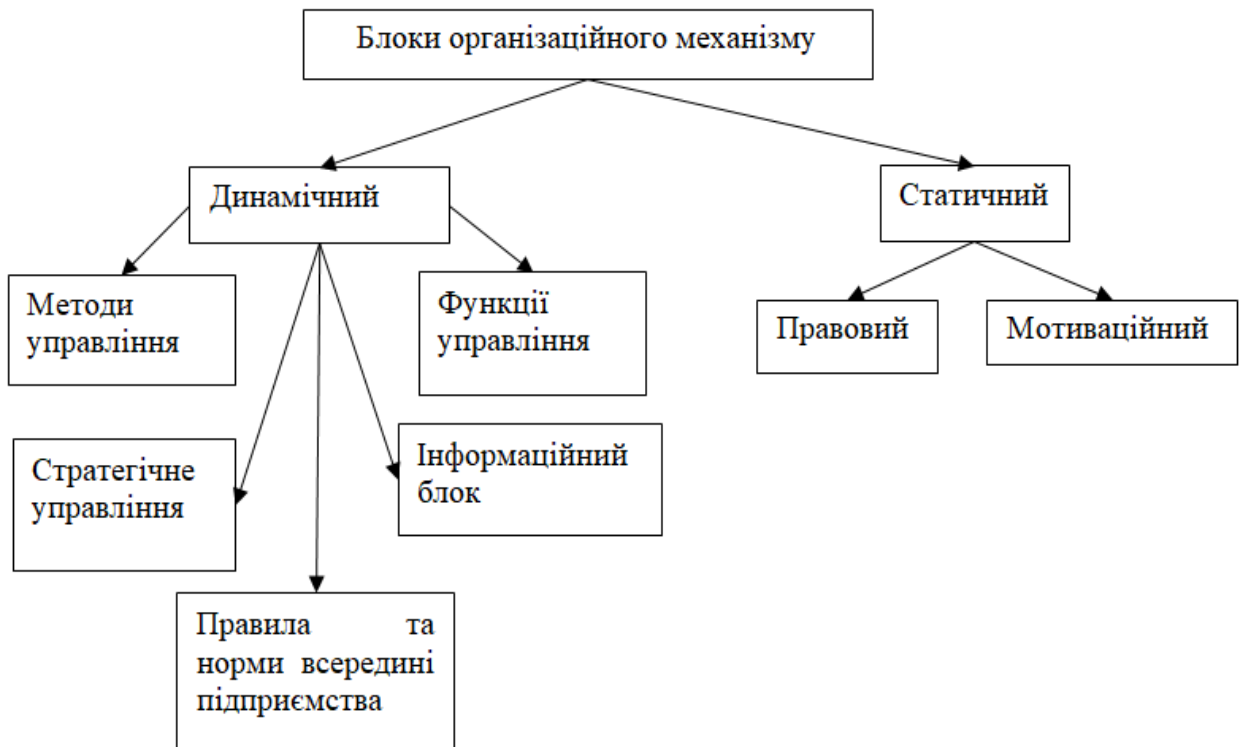


Рис. 1.5. Блоки організаційного механізму

*Джерело: адаптовано автором.*

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. Сакун, має

здійснюватись шляхом [74]:

- 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 зрошення 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 [73].

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 [13, с. 148].

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 сільгосппродукцію формується під впливом взаємодії зовнішніх та внутрішніх факторів (рис. 1.6.).



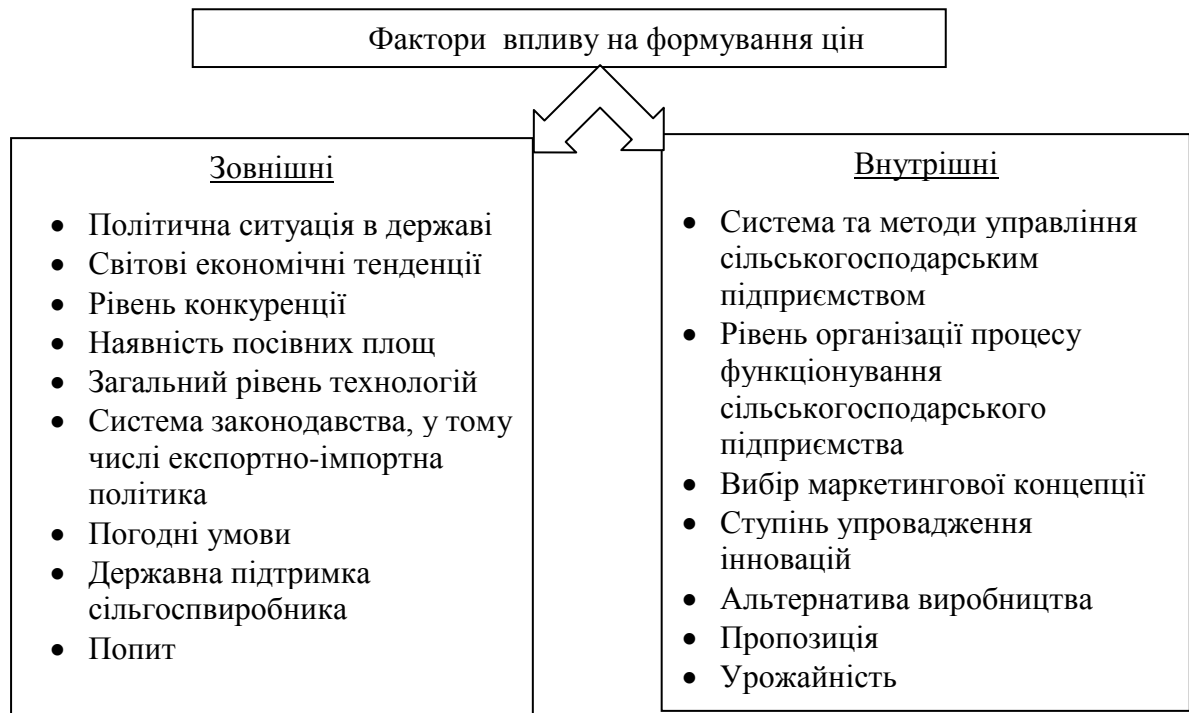


Рис. 1.6. Аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів впливу ціноутворення

*Джерело: узагальнено автором на основі [13, с. 249].*

Серед основних форм державного регулювання цін у галузі виробництва плодово-овочевої продукції можна назвати [77, 90, 92]:

- 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 плодовоовочевої галузі покликаний покращити внутрішньогосподарське управління функціонуванням сільськогосподарських товаровиробників шляхом встановлення переваг та недоліків в діяльності підприємства.

## Висновки до розділу 1

1. Досліджено теоретико-методологічні засади організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі. Функціонування організаційно-економічного механізму управління підприємством здійснюється на основі вирішення задач із цілеспрямованого визначення умов, чинників, суб'єктів, об'єктів із використанням відповідних методів, способів та інструментів. Методика формування організаційно-економічного механізму реалізується за етапами організації, виробництва, контролю та удосконалення. В роботі зовнішні чинники формування механізму управління підприємством розглядаються з позицій визначення їх особливостей в умовах динамічних змін на ринку, існування конкуренції, сприйняття продукції споживачем, швидкості інноваційних процесів та з урахуванням споживчих спроможностей. Внутрішні чинники формування механізму управління підприємством визначені зважаючи на пріоритетність забезпечення інвестиційної привабливості підприємства, його технологічного розвитку, інноваційності, високої якості організації бізнес-процесів з реалізацією кадрового потенціалу, що спрямоване на створення високої цінності. Функціонування підприємств плодово-овочевої галузі нерозривно пов'язане із державним регулюванням, передумовами та безпосереднім впливом з боку оточення. Держава розглядається як особливий суб'єкт створення прогнозів розвитку галузі, визначення стратегічних пріоритетів діяльності підприємств галузі, формування програм фінансування, здійснення бюджетного регулювання, проведення антимонопольної політики та політики протекціонізму. Взаємозв'язок усіх складових організаційно-економічного механізму розкривається у виробничому процесі, що реалізується за допомогою специфічного інструментарію на методологічному, методичному та організаційному рівнях.

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. Він допоможе поєднати державне регулювання та внутрішньогосподарське управління діяльністю сільськогосподарських товаровиробників. На основі проведеного дослідження стає можливим вирішення подальших завдань формування та реалізації організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі.

2. Запропоновані та узагальнені фактори зовнішнього та внутрішнього середовища для ефективності управління організаційно-економічного механізму. Удосконалений організаційно-економічний механізм саме в плодово-овочевій галузі.

3. На основі дослідження внесків науковців у висвітлення поняття «механізм» запропоновано визначення організаційно-економічного механізму функціонування плодово-овочевої галузі, що забезпечує досягнення цілей підприємств та удосконалення їх діяльності шляхом забезпечення продовольчої безпеки, залучення іноземних інвестицій, підвищення рівня життя населення, розширення ринкової позиції та підвищення ступеня задоволеності клієнтів.

4. Дослідження економічної ефективності розвитку плодово-овочевої галузі з поглядів функціонування підприємств, як порядку чинників, що впливають на розвиток галузі, раціональне застосування виробничого потенціалу, мінімізація витрат на запобігання негативного впливу на навколишнє середовище, зумовив вибір відповідних критеріїв, що відображають співвідношення реального ефекту виробництва і наявних економічних ресурсів та мають якісну суцільність та кількісну відповідність на всіх етапах відтворювального процесу. До таких критеріїв ефективності варто віднести прибутковість підприємства, вартість підприємства, результати фінансування, собівартість продукції. Окрім цього, ефективність економіко-організаційного механізму забезпечення овочепереробних підприємств містить підсистему показників цільової ефективності й

підсистему показників ресурсної ефективності. Також оцінка ефективності функціонування організаційно-економічного механізму здійснюється на основі порівняння обсягів виробництва продукції, отриманого прибутку і рентабельності, конкурентоспроможності.

5. Обґрунтовано роль ланцюга товароруку в оптимізації перерозподілу вартості плодово-овочевої продукції, що дозволило визначити методологічні основи та принципи дослідження організаційно-економічного механізму та згрупувати показники ефективності залежно від об'єкта аналізу. Даний підхід відрізняється від існуючих наявністю організаційно-економічного рівня; матеріально-технічного забезпечення; виробництва і збуту; використання засобів виробництва і предметів праці; собівартості; прибутку і рентабельності; фінансового стану, вдосконалення державної підтримки, що спрямоване на побудову єдиного сталого ланцюга створення вартості.

6. 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.

7. Залежно від середовища формування організаційно-економічний механізм функціонування підприємства доцільно розглядати на макро-, мезо- та макрорівні. Відповідно, формування на макрорівні забезпечується активним впливом держави у формі державної аграрної політики, законодавчої бази. Тут варто зосередитись на особливостях формування політики державної підтримки виробників плодово-овочевої продукції, цінової політики, удосконаленні фінансово-кредитного механізму, оптимізації умов для формування прозорого ринкового середовища. Для

макрорівня ми пропонуємо здійснювати регламентацію виконання функцій управління, що сприяє формуванню стратегічного потенціалу підприємства. Організаційна структура макрорівня повинна забезпечувати наявність взаємозалежних управлінських підрозділів і взаємозв'язок елементів управлінського процесу через реалізацію функцій управління на основі структуризації інформаційних потоків.

За результатами дослідження, отриманими у розділі 1, опубліковано праці автора [83, 84, 85, 86], які наведені у списку використаних джерел.

### Список використаних джерел до розділу 1

1. Аграрний 2016-й: фрукти й овочі йдуть в Європу. Аграрне інформаційне агентство Agravery : веб-сайт. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/agrarnij-2016-j-frukti-j-ovoci-jdut-v-evropu%20> (дата звернення: 12.02.2020).
2. Агробізнес в овочепродуктовому підкомплексі України / за ред. П. М. Макаренко, В. І. Криворучко, І. Г. Кириленко. Київ : Нива, 1997. 38 с.
3. Азарова А. О., Рузакова О. В. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2010. 172 с.
4. Амбросов В. Я. Формування виробничої програми розвитку підприємства. *Вісник центру наукового забезпечення агропромислового виробництва Харківської області*. 2009. Вип. 5. С. 191–201.
5. Амбросов В. Я., Онегіна В. М. Формування кредитного ринку в системі агробізнесу США. *Економіка АПК*. 2001. № 5. С. 115.
6. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств. Київ : КНЕУ, 2002. 622 с.
7. 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.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/35184/24>

[Antfiy.pdf?sequence=1](#) (дата звернення: 12.02.2020).

8. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України : статистичний збірник. Київ : *Державна служба статистики України*. 2016. 54 с.

9. Балюк С. А., Лісовий М. В., Захарова М. А., Анісімова О. В. Пріоритетні напрями розвитку овочівництва і баштанництва в Україні. *Вісник аграрної науки*. 2012. № 7. С. 15–22.

10. Бачуріна І. В. Особливості формування та функціонування регіональних ринків плодоовочевої продукції (на матеріалах Чернігівської області) : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05. Чернігів, 2010. 19 с.

11. Бердар М. М. Фінанси підприємств : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 352 с.

12. Березіна Л. М., Березін О. В. Формування ефективних механізмів функціонування підприємств АПК. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 2. Т. 1. С. 76–79.

13. Близький Р. С. Механізм функціонування ринку плодоовочевої продукції в Україні : дис. д-ра. екон. наук : 08.00.03 / Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк, 2013. 455 с.

14. Бойко О. Б. Формування ефективного організаційного механізму управління машинобудівним підприємством. *Економічний аналіз*. 2015. Том 19. № 2. С. 26–32.

15. Большой энциклопедический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. 2-е изд., доп. и перераб. Москва : Институт новой экономики, 1997. 1456 с.

16. 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.

17. Бородіна О. М. Сільськогосподарське дорадництво та проблеми його кадрового забезпечення. Київ : ІАЕ, 2001. 72 с.

18. Бюджетний кодекс України від 08 лип. 2010 р. № 2456 – VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (дата звернення 18.02.2020).
19. Власенко І. Г. Аграрна сфера у забезпеченні продовольчого ринку України. *Інноваційна економіка*. 2013. № 240. С. 234–236.
20. Власов В. Тенденции и проблемы глобальных процессов в мировой продовольственной сфере. *Экономика Украины*. 2006. № 3. С. 75–86.
21. Гайдуцький П. І., Саблук П. Т. Аграрна реформа в Україні : монографія. Київ : ННЦ ІАЕ, 2007. 424 с.
22. Геєць В. М., Семиноженко В. П. Інноваційні перспективи України. Харків : Константа, 2006. 272 с.
23. 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).
24. Гурышев А. П. Оценка эффективности деятельности предприятия через использование финансовых и нефинансовых показателей. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2007. № 5. С. 99–105.
25. Джеджула В. В. Енергозбереження промислових підприємств: методологія формування, механізм управління : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2014. 346 с.
26. Дикань В. Л., Писаревський І. М. Економічний механізм підприємства : навч. посіб. Харків : Транспорт України, 2002. 128 с.
27. Діброва А. Д. Сучасне трактування сутності державного регулювання аграрного сектору економіки. *Економічна теорія*. 2007. № 1. С. 76–84.
28. Дідух С. М. Використання кластерної моделі для реалізації інвестиційного потенціалу плодоовочевих консервних підприємств. *Економіка харчової промисловості*. 2015. № 4. С. 60–66.
29. Діяльність підприємств. Економічна діяльність. Економічна статистика. *Державна служба статистики України* : веб-сайт. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.01.2020).

30. Дончак Л. Г. Господарський та економічний механізм на сучасному етапі розвитку економіки. Теорія та практика ринкових перетворень: економічний та соціальний контекст : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 20–22 бер. 2008 р. Вінниця : ВІЕ ТНЕУ, 2008. С. 325–329.

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

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

33. 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).

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

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

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

37. Ільницька Г. Я. Формування фінансово-економічного механізму управління підприємством. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2004. Вип. 14. № 7. С. 291–294.

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

39. Іртищева І. О., Бойко Є. О., Стройко Т. В. Інфраструктурне забезпечення становлення органічного сектора агробізнесу. *Економіка та держава*. 2012. № 6. С. 15–18.

40. Йонсон Е. Проект розвитку свіжого плодоовочевого сектору в Україні IFC. *India Documents* : веб-сайт. URL: <https://fdocuments.in/document/ifc-logistics-of-fruit-and-vegetable-market-of-ukraine-development-problems-and-perspectives.html> (дата звернення:



05.01.2020).

41. Канада надасть Україні гроші на розвиток плодоовочевої галузі. 24 канал : веб-сайт. URL: [http://24tv.ua/news/showNews.do?kanada\\_nadast\\_ukrayini\\_groshi\\_na\\_rozvitok\\_plodoovochevoyi\\_galuzi&objectId=548082](http://24tv.ua/news/showNews.do?kanada_nadast_ukrayini_groshi_na_rozvitok_plodoovochevoyi_galuzi&objectId=548082). (дата звернення: 05.06.2019).

42. Кириленко І. Г. Актуальні проблеми розвитку аграрного ринку в Україні в контексті формування балансів продовольчих ресурсів. *Економіка АПК*. 2004. № 12. С. 4–15.

43. Краткий экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. 4-е изд. доп. Москва: Институт новой экономики, 2008. 1088 с.

44. 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.

45. Кучеренко Р. А. Проблеми та перспективи розвитку плодово-овочевих консервних підприємств Черкащини. *Економічний часопис – XXI*. 2011. № 11–12. С. 54–57. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/48093/16-Kucherenko.pdf?sequence=1> (дата звернення: 05.10.2019).

46. Логоша Р. В. Міжнародний досвід застосування маркетингу на овочевому ринку. *Інноваційна економіка*. 2013. № 7. С. 191–194.

47. Лузан Ю. Я. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України : монографія. Київ : ННЦ ІАЕ України, 2010. 472 с.

48. Лукімов І. Економічні трансформації (наприкінці ХХ сторіччя). Київ : ІЕ НАН України, 1997. 456 с.

49. Луцяк В. В. Маркетинг малого виробничого підприємства : дисертація на здобуття наук. ступ. д. е. н., спеціальність 08.00. 04 / Нац. ун-т харч. технолог. Київ, 2017. 487 с.

50. Луцяк В. В. Життєвий цикл малого виробничого підприємства. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2015. Т. 21.

№. 4. С. 45–52.

51. Марцин В. Планомерность при переходе к экономическим методам регулирования рынка. *Экономика Украины*. 1995. № 9. С. 47–52.

52. 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.

53. Мельничук А. А. Сутність організаційно-економічного механізму функціонування ринку овочевої продукції. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 4. С. 328–331.

54. Михайлов Ю. Силою мантри перетворимо Україну на найрозвиненішу країну Європи. *Пропозиція*. 2010. № 11. С. 48–50.

55. Мостенська Т. Л. Економічний механізм функціонування молочної промисловості України. Київ : УДУХТ, 2001. 328 с.

56. Нагорный В. Д. Сельское хозяйство Канады. Корни успеха. Москва : Майкоп. ООО «Качество», 2004. 324 с.

57. Наумов О. Б. Развитие текстильной промышленности та її сировинної бази. Херсон : Олдиплюс, 2004. 396 с.

58. Онищенко О. М. Формування в аграрному секторі України організаційної структури ринкової економіки. *Економіка АПК*. 1999. № 1. С. 49–54.

59. 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.

60. Паламарчук Г. Проблеми концентрації виробництва в Україні. *Економіка України*. 2008. № 11. С. 38–46.

61. Пасхавер Б. Й. Тенденції та проблеми національного продовольчого споживання. *Економіка АПК*. 2014. № 10. С. 5–13.

62. Писаренко В. В. Маркетинг овощной продукции (методические и практические аспекты): Особенности отечественного и мирового маркетинга овощной продукции. Agro Mage : веб-сайт. URL:

[http://www.agromage.com/stat\\_id.php?id=305](http://www.agromage.com/stat_id.php?id=305). (дата звернення: 24.05.2019).

63. Поплавська Ж., Поплавський В. Економічні відносини в АПК. Львів, 2007. 102 с.

64. 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).

65. 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: 09.02.2020).

66. Про сільськогосподарську кооперацію : Закон України від 17 лип. 1997 р. № 469/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/469/97-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 18.04.2019).

67. Прогресивні форми організації підприємницької діяльності. Критерії ефективності функціонування підприємств малого бізнесу. *Аграрний сектор України* : веб-сайт. URL: <http://agroua.net/economics/documents/category-93/doc-91/> (дата звернення: 12.02.2020).

68. Рудь В. П. Значення овочевого ринку в продовольчій безпеці України. *Вісник ХНАУ*. 2009. № 11. С. 363–368.

69. Рудь В. П. Сучасний стан та проблеми розвитку овочевого ринку в Україні. *Вісник ХНТУСГ*. 2004. Вип. 32. С. 339–345.

70. Рябенко В. В. Організаційний механізм управління формуванням стратегічного потенціалу підприємств харчової промисловості. *Стратегія економічного розвитку України*. 2014. № 34. С. 82–86. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/seru\\_2014\\_34\\_16.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/seru_2014_34_16.pdf) (дата звернення: 15.08.2018).

71. Саблук П. Т., Малік М. Й., Валентинов В. Л. Формування міжгалузевих відносин: проблеми методології та термінології. Київ : ІАЕ,

2002. 294 с.

72. Савицкая Г. В. Анализ эффективности деятельности предприятия. Методологические аспекты. 2-е изд., испр. Москва : Новое знание, 2004. 159 с.

73. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. 3-тє вид., випр. і доп. Київ : Знання, 2007. 668 с.

74. Сакун А. Ж., Севрюкова С. М. Формування галузевого ринку України. *Полтавська державна аграрна академія* : веб-сайт. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/3.2/231.pdf> (дата звернення: 16.07.2018).

75. Семенова А. Ю. Економічний механізм управління сільськогосподарським підприємством: Теоретико-методологічний аспект. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2012. № 3. С. 186–190.

76. Скачкова А. Ю. Методологические основы исследования организационно-экономического механизма хозяйствования тепличных организаций. *Международный научно-исследовательский журнал*. 2013. № 10-3 (7). С. 79–02.

77. Смолин Г. В. Державне регулювання господарської діяльності. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2012. 528 с.

78. Статистичний щорічник України за 2018 рік. Київ : Державна служба статистики України, 2019. 482 с. URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/11/zb\\_yearbook\\_2018.pdf](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2019/zb/11/zb_yearbook_2018.pdf) (дата звернення: 08.01.2020).

79. Сутність та зміст менеджменту. *Навчальні матеріали онлайн* : веб-сайт. URL: [https://pidruchniki.com/1318020253586/ekonomika/kriteriyi\\_pokazniki\\_vikoristov\\_uyuysya\\_dlya\\_zagalnoyi\\_diagnostiki\\_sistemi\\_menedzhmentu\\_pidpriyemstva](https://pidruchniki.com/1318020253586/ekonomika/kriteriyi_pokazniki_vikoristov_uyuysya_dlya_zagalnoyi_diagnostiki_sistemi_menedzhmentu_pidpriyemstva) (дата звернення: 18.09.2019).

80. Сучасні тенденції розвитку садівництва. *Овоци и фрукты* : веб-сайт. URL: <https://www.pro-of.com.ua/suchasni-tendencii-rozvitku-sadivnictva/>

(дата звернення: 05.09.2019).

81. Україна у цифрах 2015. Статистичний збірник / за ред. І. М. Жук. Київ, 2016. 239 с.

82. Цаль-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз : вид 2-ге доп. Житомир : ЖООГО «Спілка економістів України», 2009. 504 с.

83. Чепурко В. В. Моделі ситуаційної діагностики стану аграрних підприємств. *Фінанси України*. 2000. № 6. С. 79–90.

84. Чумак Л. Ф. Сучасні тенденції розвитку підприємств. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка»*. 2012. Вип. 6/4. С. 176–182. URL: <http://vestnikdnu.com.ua/archive/201264/chumak.html> (дата звернення: 05.05.2020).

85. 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.

86. Шевчук Г. В. Організаційно-економічний механізм функціонування підприємств плодоовочевої галузі. *Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського*. 2015. № 2. С. 182–187.

87. Шевчук Г. В. Складові елементи організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі. *Агросвіт*. 2016. С. 41–45.

88. Шевчук Г. В. Сутність, критерії та методологічні підходи до формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент*. 2016. С. 101–108.

89. Шмаглій О. Б. Плодоовочевий сектор України: чинники розвитку та пріоритети зростання. *Економіка України*. 2015. 5 (642). С. 52–68.

90. Шпичак О. М. Проблеми адаптації ціноутворення на продукцію АПК України до євроінтеграційних умов. *Науковий вісник*. 2007. № 110, ч. 2. С. 15–21.

91. Яснолоб І. О. Адаптація зарубіжного досвіду при формуванні оптових ринків плодоовочевої продукції. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2011. Вип. 2. Т. 1. 2011. С. 317–322. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/01/317.pdf> (дата звернення: 06.12.2018).
92. 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).
93. The fruit and vegetable sector in the EU – a statistical overview. Eurostat : веб-сайт. URL: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/The\\_fruit\\_and\\_vegetable\\_sector\\_in\\_the\\_EU\\_-\\_a\\_statistical\\_overview](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).

## 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, 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 [5]. Світове виробництво овочів та фруктів має тенденцію до зросту в країнах з нижчим достатком населення та невисокими витратами на робочу силу. У той же час виготовлення плодово-овочевої продукції скорочується в країнах з 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 [21].

Згідно з опитуванням «Mind», лише кожен четвертий житель Євросоюзу 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.

Овочі користуються навіть меншим успіхом: 23% європейців їдять їх не менше двох разів на день, а 40% жителів ЄС споживають овочі раз в день.

Італійці стали лідерами зі щоденного споживання фруктів: 85% населення хоча б раз на день з'їдають одну порцію (порцією вважається 80 г – ред.). 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% [34].

За даними інформаційного агентства Agravery, 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%) [33].

За 2018 р. найбільша кількість сільськогосподарської та харчової продукції з України експортувалася до таких країн, як Нідерланди, Іспанія, Італія, Німеччина та Польща. Про це повідомляє прес-служба Мінекономрозвитку [33].

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 [49]:

- 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.

В Євросоюзі 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 в 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 в 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 [49].

У США на підтримку сільського господарства з бюджету виділяється більш ніж 60 млрд дол. У країні основний механізм субсидіювання здійснюється шляхом реалізації цільових програм, охоплюючи приблизно 85% посівних площ. Для кожної з 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 [49].

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, дозволяють перетворити аграрний сектор не просто в найбільший у світі, але найбільш ефективний. Складовими цієї

політики є [49]:

- 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 з використанням вертикальної й горизонтальної інтеграцій, спеціалізації і концентрації виробництва.

Економічна підтримка в цій країні складається з таких частин [49]:

- підтримка доходів фермерів;

- регулювання цін;

- підтримка в придбанні сировинних ресурсів і маркетингу продукції;

- стимулювання росту ефективності виробництва; регіональної й загальноекономічної підтримки (табл. 2.1.).

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 монопольним державним регулюванням торгівлі основними видами сільськогосподарської продукції.

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

Таблиця 2.1.

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

Заходи	Опис заходів державного регулювання, США	Опис заходів державного регулювання, Україна
1	2	3
<b>Підтримка доходів фермерів</b>		
Контроль і боротьба зі шкідниками і хворобами	Державні організації ведуть моніторинг і боротьбу з хворобами і шкідниками сільськогосподарських тварин і рослин	-
<b>Регулювання цін</b>		
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, 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, 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	-
<b>Підтримка маркетингу продукції</b>		
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 в збуті товарів, створює більш стабільні умови на продовольчому ринку	-
---	--	---

*Продовження табл. 2.1*

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
Загальноєкономічна 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: укладено автором на основі даних [41, 47].*

У відповідності з ним, Рада зі стабілізації сільськогосподарського виробництва через державні кооперації і кооперативні торгові управління закуповує 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 агровиробництва і високий рівень самозабезпечення основними

сільськогосподарськими продуктами: зерном – 106%, овочами – 135%, яловичиною і телятиною – 141%, свининою – 105%, молоком – 103% [52].

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 [53].

За даними інституту, інтеграція центрально-європейських країн ЄС в короткострокових і середньострокових періодах менше впливатиме на австрійське господарство, ніж вступ Австрії до ЄС. На 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 з питань аграрії – 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 (КЄС) передбачає посилення фінансової допомоги розвитку села. КЄС 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 [52].

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 в 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 в найбільш розвинених країнах сприяє зростанню споживання населенням овочів та фруктів.

У ЄС дві третини населення споживають щонайменше одну порцію овочів та фруктів щодня. Найновіші дані Європейського опитування медичного інтерв'ю EHIS показують, що щоденне споживання овочів та фруктів широко поширене серед всього ЄС, в 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 [52].

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 [54].

Рослинництво дає 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 [53].

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% [37].

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 [53].

За даними офісу ICE в Берліні з використанням даних 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 з 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 [33].

Країна спеціалізується на виробництві пшениці, цукрового буряку,

картоплі, яловичини, молочних продуктів. У 2013 р. Франція вийшла на перше місце у світі з вирощування винограду і виробництва вина, обійшовши свого вічного суперника Італію [37].

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

За офіційними даними, виробництво ягід в Україні щорічно збільшується на 4%. Сьогодні це потужна індустрія, яка розвивається на всій території держави. Окупність вкладень у ягідництві досить висока, а внутрішній та зовнішній ринки залишаються ненасиченими [43]. За словами Оксани Руженкової, цьогоріч встановлено рекорд із купівлі саджанців ягідних культур, а протягом року господарствами закуплено аж 10 збиральних комбайнів.

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 становлять 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» [33].

## **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 на теперішній час 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 (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 настрої людини. Тому розробка комплексної програми продовольчого забезпечення держави повинна бути взаємопов'язана з програмами здорового харчування, аграрного виробництва і пов'язаних з ним галузей.

За даними Держгеокадастру, в Україні на 2019 р. сади займають 727,2 тис. га, а плодово-ягідні насадження в плодоносному віці – 206 тис. га. Лідер з 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. За якостями слива вийшла на перше місце в сегменті кісточкових культур. На її частку припало 36% від загального виробництва кісточкових в країні, тоді як частка вишні знизилася до 31%, а черешні та абрикоса – 13% і 16% відповідно [38].

За підсумками Державної служби статистики України, загальне виробництво сільськогосподарських культур за період 2014–2018 рр. характеризується такими даними (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

### Загальне виробництво сільськогосподарських культур у 2014–2018 рр.

Показник	2010 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення, % 2018/ 2010	Відхилення, % 2018/ 2017
Площа зібрана, тис. га:								
Буряк цукровий	492	330	237	291	314	275	-44,11	-12,42
Картопля	1412	1343	1291	1312	1323	1320	-6,5	-0,23
Культури овочеві	468	464	447	447	446	440	-5,98	-1,35
Культури плодові та ягідні	223	210	206	197	199	200	-10,31	0,50
Обсяг виробництва, тис. га:								
Буряк цукровий	12663	14599	10331	14011	14882	13968	10,31	-6,14
Картопля	8122	9638	20839	21750	22208	22504	177,07	1,33
Культури овочеві	8122	9638	9214	9415	9286	9440	16,23	1,66
Культури плодові та ягідні	1747	1999	2153	2007	2048	2571	47,17	25,54
Урожайність, ц/1 га:								
Буряк цукровий	279	477	436	482	475	508,5	82,26	7,05
Картопля	132	176	161	166	168	170,5	29,17	1,49
Культури овочеві	174	208	206	211	208	214,3	23,16	3,03
Культури	78,2	95,2	104,5	101,9	103,1	128,4	64,19	24,54

плодові та ягідні								
-------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

*Джерело: укладено автором за даними [38].*

*'Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя*

Виробництво плодово-овочевої продукції передбачає вирощування овочів, плодів і ягід, призначених для споживання населенням у свіжому та переробному вигляді.

Аналізуючи дані Державної служби статистики України, у 2018 р. [39] спостерігається скорочення виробництва сумішів фруктових та овочевих соків порівняно з 2017 роком. Інші показники мають динаміку, дані представлені в таблиці 2.3.

*Таблиця 2.3*

**Виробництво окремих видів продукції в переробці та консервуванні  
фруктів та овочів за 2014–2018 рр., тис. т.**

Показник	2010 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення, % 2018/ 2010	Відхилення, % 2018/ 2017
Сік томатний, тис. т	72,4	58,7	44,1	44,2	44,2	47,3	-34,67	7,01
Сік яблучний, тис. т	108	173	86,1	74,6	74,0	106	-1,85	43,24
Суміші соків фруктових та овочевих, тис. т	315	235	189	187	187	184	-41,59	-1,60
Джем, мармелад, пюре, желе, конфітюри, повидло, варення, з інших плодів і горіхів, піддані тепловому обробленню (крім продуктів гомогенізованих)	59,4	58,2	46,1	49,8	44,4	63,2	6,40	42,34

*Джерело: укладено автором за даними [38].*

В умовах ринкової економіки одне з основних місць належить ціновому механізму. Принципи його регулювання, з одного боку, базуються 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 [39]. Найвищі ціни за всіма каналами реалізації сільськогосподарськими підприємствами у 2018 р. спостерігаються протягом 2010–2018 рр.

Аналіз показав, що за 2018 рік ціни реалізації сільськогосподарськими підприємствами мають динаміку порівняно з 2017 роком. Хоча ціна на буряк цукровий впала на 10,19%. Тенденцію росту має картопля – 13,64%, культури овочеві – 7,54%. На 42,35 впала ціна на культури плодові та ягідні. Більш детально це представлено на рис. 2.1 [43, 44].

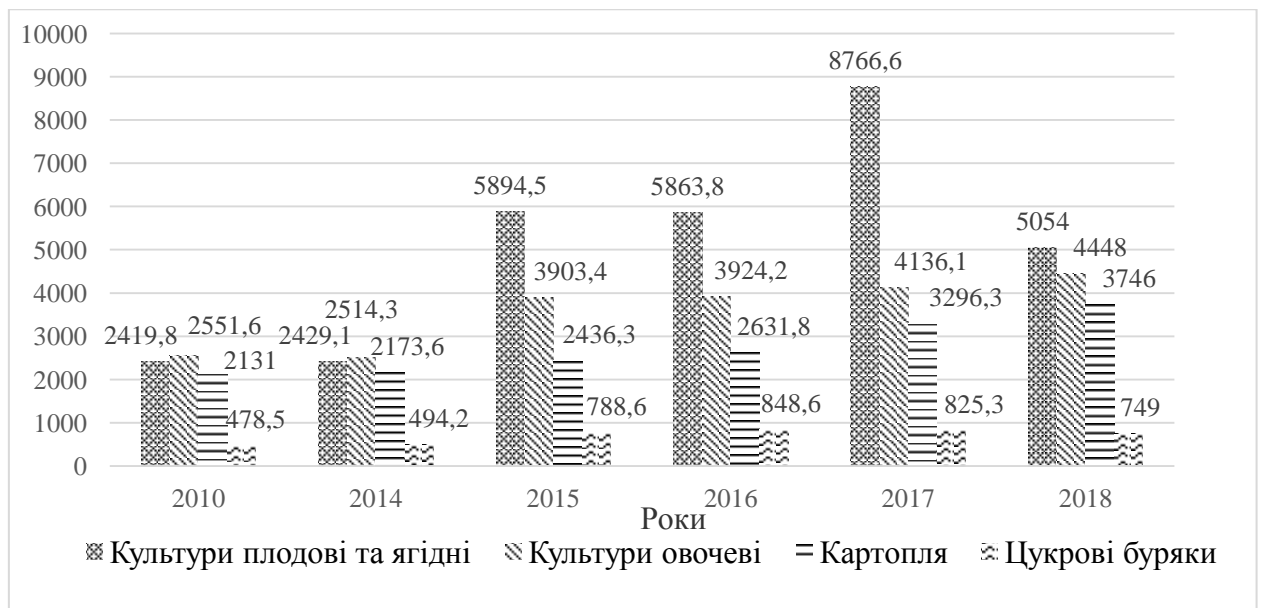


Рис. 2.1. Ціни реалізації основних видів продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2010–2018 рр., грн /т

*Джерело: укладено автором за даними [43].*

Загалом середні реалізаційні ціни на культури в аграрних підприємствах за останні роки забезпечували помірний рівень прибутковості виробництва. Рівень рентабельності виробництва основних видів продукції сільського господарства у підприємствах України представлений у таблиці 2.4.

**Рівень рентабельності виробництва основних видів продукції сільського господарства у підприємствах України 2010–2018 рр.**

Показник	Роки						Відхилення, +/- 2018 до 2010	Відхилення, +/- 2018 до 2017
	2010	2014	2015	2016	2017	2018		
Буряк цукровий	16,7	17,8	27,7	24,6	12,4	-11,4	-28,1	-23,8
Картопля	62,1	9,9	24,6	0,6	10,0	6,8	-55,3	-3,2
Культури овочеві	23,5	14,5	32,09,9	15,3	9,9	13,3	-10,2	3,4
Культури плодові та ягідні	14,9	65,8	58,3	25,0	35,4	6,4	-8,5	-29,0

*Джерело: укладено автором за даними [43].*

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 [45].

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. Торік на відміну від 2014 року спостерігалось позитивне сальдо зовнішньоторговельного обігу [41].

В 2018 р. експорт плодів склав 88,4 тис. т, що в 1,7 раза більше за 2014 р. та в 1,3 раза за попередній рік. Експортні поставки плодів 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). Урожай яблук в країні є основною причиною розширення вивозу плодів у 2018 р. Експортні поставки їх зросли в 1,8 раза – до 42,4 тис. т [45].

У 2018 р. вартість експортних поставок плодів становила 3,9 млрд грн,

в т. ч. волоських горіхів – 82% (3,2 млн грн). Це більш ніж в 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). Ціна на волоські горіхи зросла у 2018 р. порівняно з 2014 в 2,3 рази і становила 77,7 грн /кг (2,8 дол.) [39, 43].

У 2018 р. 46% (19,4 тис. т) яблук реалізовано в Білорусь. Волоські горіхи постачали переважно у Францію, Грецію, Ірак, Туреччину, Азербайджан – 58,0% (23,8 тис. т). Частка країн ЄС у вартості експорту за товарною групою 08 – їстівні плоди та горіхи – становила до 33,4 % [39].

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 рази 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 рази, тоді як вартість поставок збільшилася майже в 2 рази [54].

У 2018 році від експорту овочів усіх видів було отримано \$ 235,7 млн, тоді як їх імпорт сягав лише \$ 106,2 млн. На першому місці за вартістю отриманих валютних надходжень від експорту у сумі майже \$ 154,7 млн стоїть товарна позиція «овочі бобові, сушені, лущені, 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. Здебільшого вітчизняні помідори купували Білорусь, Польща, Республіка Молдова, Латвія, Литва і Швеція [44, 56].

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 [38].

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 [41].

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. 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. [45].

Розрахунки норм споживання плодово-овочевої продукції не однакові і діляться на фізіологічні (мінімальні) і медичні (оптимальні). Крім того, медичні норми, які використовуються на теперішній час, коливаються за різними джерелами (табл. 2.5) [46].

**Норми споживання овочів та фруктів на одну особу на 2018 рік, кг**

Продукти	Раціональна норма (розрахунки МОЗ України)	Фактичне споживання у 2018 р. (дані Держстату)	Індикатор достатності споживання	Довідково: фактичне споживання у 2017 р. (дані Держстату)
Овочі і баштанні	161	163,9	1,02	159,7
Плоди, ягоди та виноград	90	57,8	0,64	52,8
Картопля	124	139,4	1,12	143,4

*Джерело: укладено автором за даними [12].*

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 2.6.

Таблиця 2.6

**Споживання фруктів та овочів в Україні на одну особу за 2010–2018 рр., кг**

Показник	2010 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення, % 2018/ 2010	Відхилення, % 2018/ 2017
Картопля	129	141,0	138,0	140,0	140,0	139,4	8,06	-0,43
Овочі та баштанні продовольчі культури	144	163,0	161,0	164,0	161,0	163,9	13,82	1,80
Плоди, ягоди та виноград	48	52,0	51,0	50,0	54,0	57,8	20,42	7,04

*Джерело: укладено автором за даними [12].*

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.

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 [9].

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. З них менше половини займаються переробкою ягід та фруктів.

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 зниження закупівельних і завищення реалізованих цін. У селах розвинуто будівництво дрібних примітивних цехів з переробки овочів і фруктів. І це призводить до того, що стан переробної промисловості на теперішній час виявився нестабільним і цю ситуацію варто розглядати в обмеженні з постачальниками плодово-овочевої продукції. В умовах, що склалися, в системі заходів щодо стабілізації і розвитку плодоовочевої 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 Державного комітету статистики України за 2013–2018 рр., на одну особу припадає в середньому 9 кг на рік консервованих овочів та баштанних та майже 6 кг фруктів, ягід, горіхів та винограду (рис. 2.2.) [40].

За даними Міністерства 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 [35].

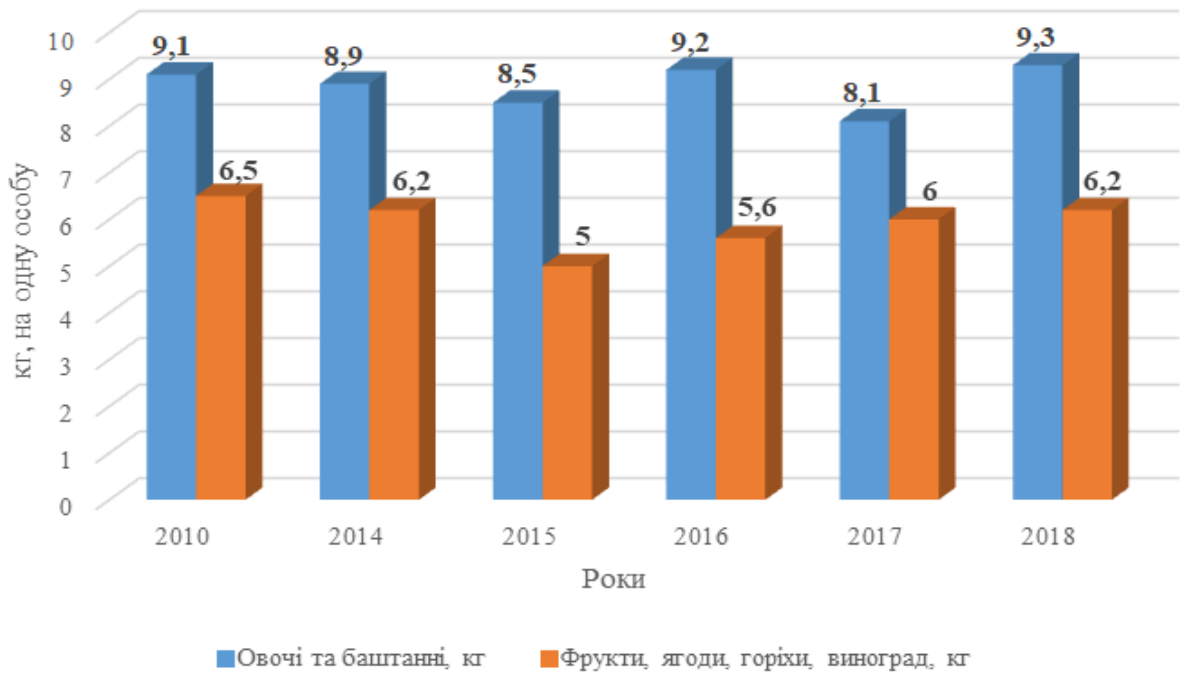


Рис. 2.2. Споживання консервованої плодово-овочевої продукції на одну особу в 2010–2018 рр.

*Джерело: укладено автором за даними [39, 42, 43].*

Наприклад, згідно з доповіддю IBIS World (2015), в галузі переробки кількість фруктів та овочів зростає, оскільки зростає попит, особливо серед міського населення [2]. 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» [58].

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 з виробництва холодних соусів під торговельною маркою «Горчин», 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: томатних соусів, пасти, аджики, гірчиці, натурального та столового оцту.

Компанія «Вітмарк-Україна» має широкий асортимент продукції, що включає популярні торгові марки – «Jaffa», «Aquarte», 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-Чад». Продукція компанії експортується в більш ніж 20 країн світу.

У 2018 р. виробництво овочевих консервів збільшилось порівняно з 2014 р. майже на 14%, виробництво джемів, желе та пюре зменшилось на 31,92%. Виробництво соків має динаміку та становить 3,76% порівняно з 2017 р. Така динаміка значною мірою може бути пов'язана з імпортом консервованих продуктів у той період.

Найбільшою підгалуззю харчової промисловості є виробництво напоїв. Ринок мінеральних вод, безалкогольних напоїв є доволі насиченим. У таблиці 2.7 наведено дані щодо споживання найпоширеніших видів напоїв населенням України.

Аналізуючи таблицю, ми бачимо зріст у споживанні соків натуральних, мінеральної газованої води та безалкогольних напоїв. Порівнюючи 2018 р. з 2017 р., споживання фруктових та овочевих соків збільшилось майже на 5%. Споживання мінеральної газованої води збільшилось на 1,2%, споживання безалкогольних напоїв зросло на 0,36%. Все ж таки мода на здорове харчування користується попитом в українців, і тенденція до зростання з кожним роком посилюється.

Таблиця 2.7

**Динаміка споживання напоїв в Україні за 2010–2018 рр., на одну особу, л**

Показники	Роки						Відхилення, % 2018 до 2010	Відхилення, % 2018 до 2017
	2010	2014	2015	2016	2017	2018		
Споживання соку, л	6,6	10,2	6,2	5,7	6,1	6,4	-3,03	4,9
Вода натуральна мінеральна негазована, л	7,6	8,4	8,4	10,2	10,4	10,8	42,11	3,85
Вода натуральна мінеральна газована, л	15,2	19,2	17,0	17,1	17,4	17,6	15,79	1,15
Безалкогольні напої, л	24,9	27,1	25,6	27,7	28,1	28,2	13,25	0,36

Джерело: укладено автором за даними [39].

На сьогодні конкуренція на українському ринку достатньо висока, налічується майже 400 підприємств-виробників, з них майже 20 – великих [43].

На теперішній час до основних виробників соку, нектарів в Україні належать компанії-лідери: «PepsiCo» – один з 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 чоловік; 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. Підприємство обслуговує більше 560 мільйонів замовників щорічно.

«Кока-Кола» працює у 28 країнах: Австрії, Кіпрі, Греції, Італії, Північній Ірландії, 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 Galicia можна побачити в магазинах Польщі, Данії, США та Китаю. Також компанія виготовляє натуральне смузі, яке поєднує в 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 «Galicia» займають 7% і 16% загального ринку соків (рис. 2.3.).

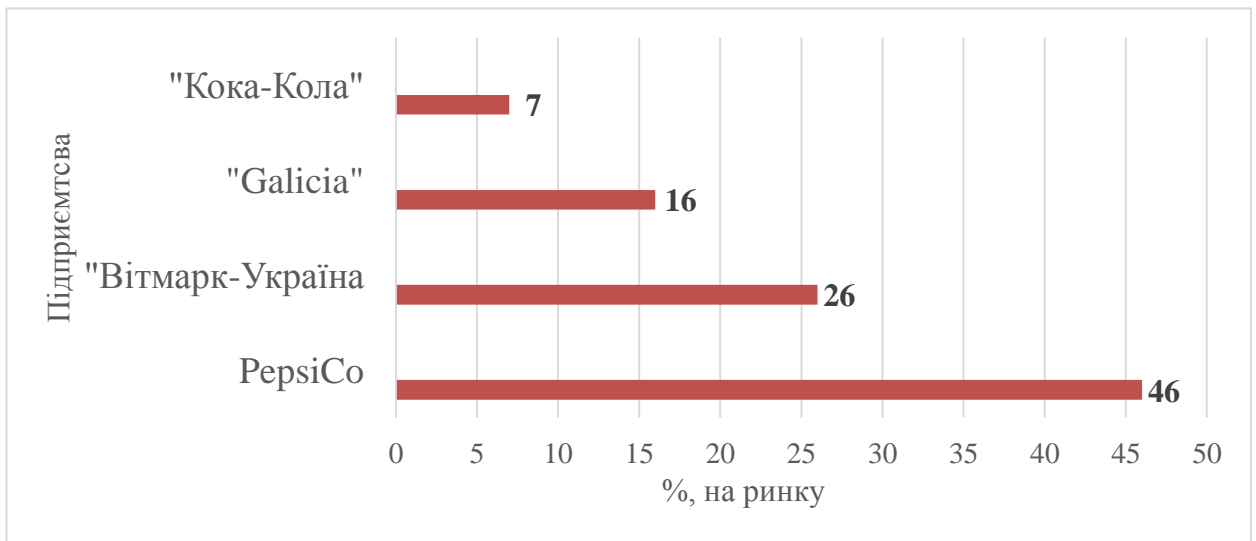


Рис. 2.3. Основні виробники соку та нектарів в Україні

Джерело: адаптовано автором на основі даних [43].

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.

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 «ІСЕ Кола» та «Квейк».

В Україні джем не дуже популярний продукт, але на полицях в супермаркетах представлений у досить великому асортименті. Джем – це продукт, одержаний з 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 в 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% [39].

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 з цукром в 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 і 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 з 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 з 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% натуральні цукрозамінники з лікувальними властивостями, фіточаї, кондитерські вироби під власними торговельними марками «СТЕВІЯСАН» та «Корисна Кондитерська». ТМ налічує 7 різновидів джемів: джем з лохини, смородини, малини, полуниці, вишні, чорниці, абрикосів.

Аналіз брендового агентства «KOLORO» показав, що 50% асортименту переробленої плодово-овочевої продукції в номенклатурі супермаркетів посідають імпортні 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), SCHNEEKORPE (німецький), Helios (грецький), JimJams і Wilkin&Sons (британські) не використовують цукор. На полицях в українських супер- та гіпермаркетах можна придбати такі імпортні джеми, як французькі

сертифіковані органічні джеми «Jardin bio» та джеми традиційних рецептів «Bonne Maman»; ізраїльські джеми з низьким вмістом цукру «Nadarom»; 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. 2.4.).

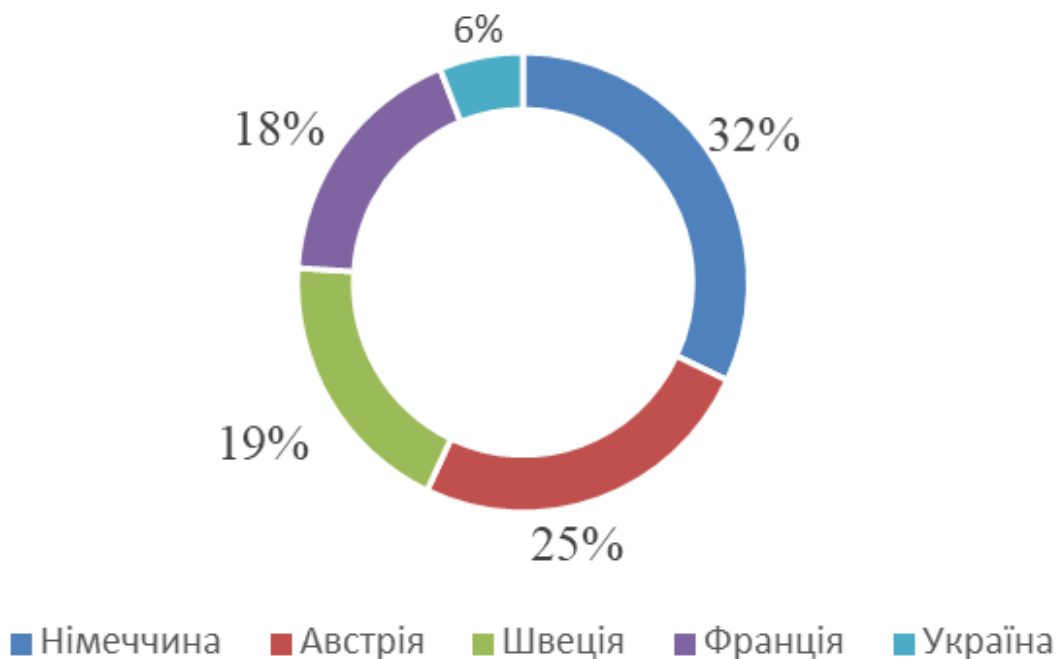


Рис. 2.4. Основні імпортери ринку джемів в Україні у 2018 р.

Джерело: адаптовано автором за даними [46, 49, 56].

Застосування режиму Поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС сприяє змінам в нашій країні у правовому та адміністративному режимі експорту вітчизняної продукції рослинництва на ринок країн ЄС в рамках положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС [45].

За словами 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.

Профільна асоціація «Український клуб аграрного бізнесу» повідомляє, що імпорт ягід, фруктів та горіхів країн ЄС-28 з України у підготовленому вигляді стрімко зростав з 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 3,150 млн дол. США, малини, ожини, шовковиці, смородини – 65,8% на 6 млн дол. США [43].

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 [33].

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 минулого року. Темпи зростання залишаються такими ж стрімкими й поточного року. За перше півріччя 2018 року експорт цих видів ягід становив 5,4 млн дол. США, що у 2,16 раза перевищує показники аналогічного періоду 2017 року (2,5 млн дол. США). Ці показники перевищують п'ятирічні у 10 разів (533 тис. дол. США) [52].

Аналіз продемонстрував, що на плодоовочевому ринку виробництва 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 плодовоовочівництва Вінниці та Вінницької області

На сьогодні Вінницька область є одним із провідних центрів розвитку садівництва в Україні [11]. 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 [11].

Виробництво та урожайність плодів, ягід та овочів за період 2014–2018 років. Вінницької області представлені в таблиці 2.8.

У 2018 р. валовий збір та урожайність як фруктів, так і овочів збільшилися у Вінницькій області порівняно з попередніми роками, це свідчить про позитивну динаміку.

Таблиця 2.8

#### Виробництво та урожайність плодів, ягід та овочів Вінницької області за період 2014–2018 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 (+,-)
2014	275	31	482	-11	119,2	23,1	231,6	14,6
2015	243	63	457	14	101,9	40,4	221,3	4,3

2016	292	14	460	11	121,5	20,8	221,2	-4,2
2017	302	4	467	4	126,8	15,5	229,8	-12,8
2018	306	-	471	-	142,3	-	217	-

*Джерело: укладено автором за даними [39, 43, 54].*

Індекс цін продукції сільського господарства, реалізованої підприємствами Вінницької області за період 2014–2018рр., представлений в таблиці 2.9.

*Таблиця 2.9.*

**Індекс цін продукції сільського господарства, реалізованої підприємствами Вінницької області за період 2014–2018рр., % до попереднього року**

Показник	2010	2014	2015	2016	2017	2018	Відхилення (+,-) 2018 до 2010	Відхилення (+,-) 2018 до 2017
Буряк цукровий	115,4	122,1	160,5	105,9	98,1	89,5	-25,9	-8,6
Картопля	164,3	112,3	79,9	104,9	127,1	108,7	-55,6	-18,4
Культури овочеві	143,0	137,6	142,7	108,4	112,4	104,3	-38,7	-8,1
Культури плодові та ягідні	118,0	116,6	163,7	99,1	134,4	72,5	-45,5	-61,9
Культури баштанні продовольчі	113,1	200,2	101,0	115,8	170,9	105,2	-7,9	-65,7

*Джерело: укладено автором за даними [39, 44, 55].*

За даними моніторингового звіту «Цілі сталого розвитку: Україна 2019», споживання овочів у розрахунку на одну особу у Вінницькій області на 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.

У таблиці 2.10 представлений рівень рентабельності виробництва основних видів продукції сільського господарства у підприємствах Вінницької області. Розрахунковий період описаний за 2014–2018 рр.

*Таблиця 2.10*

**Рівень рентабельності виробництва основних видів продукції сільського господарства у підприємствах Вінницької області, %**

Показник	Овочеві культури	Культури плодові та ягідні	Відхилення (+,-) 2018 до 2010	Відхилення (+,-) 2018 до 2017
2010	23,5	14,9	-36,5	-8,9
2014	19,5	27,2	-32,5	-21,2
2015	16,7	31,4	-29,7	-25,4
2016	11,9	13,7	-24,9	-7,7
2017	-13,4	26,0	0,4	-20
2018	-13	6		

*Джерело: укладено автором за даними [39, 44, 55].*

Доцільно зазначити, що у Вінницькій області станом на 2018 рік функціонують 51 фруктосховище ємністю 55,9 тис. тонн. У 2017 році було введено в експлуатацію 3 фруктосховища загальною місткістю 8,15 тис. тонн (Жмеринський та Іллінецький райони). Щодо овочесховищ, то в регіоні розміщено 38 таких одиниць загальною потужністю 7,3 тис. тонн. Загалом за період 2014–2018 років у Вінницькій області було реалізовано інвестиційних проєктів загальною потужністю 8,3 тис. тонн на суму 2,6 млн грн. [7, 14].

У 2016–2018 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) [7, 14].

Проаналізувавши статистичні дані, ми бачимо спад обсягів виробництва підприємств Вінницької області. Така ситуація виникла у зв'язку з нестабільним станом економічної ситуації 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.

*Таблиця 2.11*

**Виробництво овочевих і фруктових консервів у Вінницькій області за 2014–2018 рр., т**

Роки	Різновид продукції					
	Овочі консервовані натуральні	%, 2014–2018 рр.	Джеми, желе, фруктові пюре, пасти	%, 2014–2018 рр.	Соки фруктові та овочеві нектари	%, 2014–2018 рр.
2014	1896	-32,81	29655	-27,02	66564	-39,67



2015	1532	-16,84	22753	-4,88	56318	-28,70
2016	1056	20,64	20327	6,47	32985	21,74
2017	1274	8,63	21642	1,82	40156	4,34
2018	1384		22035		41898	

*Джерело: укладено автором за даними [7, 14].*

Серед плодOPEREROBНИХ підприємств Вінниці та Вінницької області лідерами, звичайно, є такі підприємства, як ТОВ «АгрANA Фрут Україна», ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика», ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ», ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод». Саме вони є провідниками в плодOPEREROBНИХ 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 з 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 в таблиці 2.12.

ТОВ «Агрона 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 Вінниці ТОВ «Агрона Фрут Україна» має завод з виробництва фруктових наповнювачів, завод з виробництва концентрованих фруктових соків та промисловий майданчик з вирощування фруктів та ягід. Виробничі потужності розташовані в безпосередній близькості від клієнтів, щоб забезпечити максимальну свіжість та якість.

Таблиця 2.12

**Ефективність використання основних засобів досліджуваних підприємств Вінницької області**

Показники	2014	2017	2018	Відхилення (+,-) 2018/2014
<b>ТОВ «Агрона Фрут Україна»</b>				
Фондовіддача, грн.	9,49	9,57	9,55	0,06
Фондомісткість, грн.	1,05	1,22	1,11	0,06
<b>ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»</b>				
Фондовіддача, грн.	7,06	6,71	6,41	-0,65
Фондомісткість, грн.	0,01	0,01	0,01	0
<b>ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ»</b>				
Фондовіддача, грн.	2,59	1,59	0,01	-2,58
Фондомісткість, грн.	0,07	0,05	0,08	0,01
<b>ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод»</b>				
Фондовіддача, грн.	8,12	6,18	7,74	-0,38
Фондомісткість, грн.	1,34	1,23	1,23	-0,11

*Джерело: укладено автором.*

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

В свою чергу, аналіз показників рентабельності ТОВ «Агрона Фрут Україна» представлений в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

**Аналіз показників рентабельності ТОВ «Агрона Фрут Україна», %**

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхил. (+,-) 2018/2014
1. Рентабельність активів	20,83	18,96	36,62	15,79
2. Рентабельність власного капіталу	21,65	20,16	10,56	-11,09

3. Рентабельність основних засобів	212,0	177,64	65,26	-145,74
4. Рентабельність діяльності	22,33	18,57	6,84	-15,49

*Джерело: укладено автором.*

У 2018 р. порівняно з 2014 р. виручка від реалізації продукції зросла майже на 30%. Собівартість реалізованої продукції у 2014 р. зменшилась майже вдвічі порівняно з 2018 р.: 303460 тис. грн. у 2014 та 713860 тис. грн. у 2018 р.

У 2016 р. сума валового прибутку становила 228950 тис. грн. Загалом позитивне значення показника свідчить про ефективний контроль за собівартістю продукції. У 2017 р. сума валового прибутку становила 574818 тис. грн., а в останньому збільшилась понад 24% і становить 713860 тис. грн.

У 2014 р. сума витрат на збут становила 35258 тис. грн., що свідчить про зменшення витрат на збут на 5,74% порівняно з наступним роком. Витрати на збут вкрай необхідні для просування продукції, нарощування обсягу продажу. У 2018 р. спостерігається збільшення суми витрат на збут, які склали 43311 тис. грн.

Приріст суми адміністративних витрат 2018 р. – 61,61% порівняно з 2016 р. У 2017 р. сума адміністративних витрат становила 41705 тис. грн.

У 2017 р. сума фінансового результату від операційної діяльності становила 181755 тис. грн., що на 8,4% менша, ніж в 2016 р. Але, незважаючи на це, позитивне значення показника свідчить про ефективну основу діяльності підприємства, яка здатна генерувати прибуток (Додаток Е).

ТОВ «Агрона Фрут Україна» сформувало чистий фінансовий результат: у 2014 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 2016 р. сума чистого прибутку становить 161595 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 2014 р. по 2018 р.) показав, що з кожним роком є позитивна динаміка (Додаток Ж).

Аналіз показників рентабельності ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» представлений в таблиці 2.14.

Таблиця 2.14

**Аналіз показників рентабельності ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика», %**

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхил. (+,-) 2018/2014
1. Рентабельність активів	20,25	14,51	12,42	-7,83
2. Рентабельність власного капіталу	2,03	1,77	15,82	13,82
3. Рентабельність основних засобів	60,26	52,45	42,49	-17,77
4. Рентабельність діяльності	8,54	7,82	6,64	-1,90

*Джерело: укладено автором.*

Чистий дохід від реалізації продукції за період з 2014 р. по 2018 р. зріс майже вдвічі, що становить 67195 тис. грн., а собівартість реалізованої продукції збільшилась на 125,87%. Як результат діяльність підприємства підвищилась, так як темп зміни виручки від реалізації прискорював темп зміни собівартості реалізованої продукції.

При здійсненні всіх видів діяльності в кінці 2018 р. ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» отримало прибуток в розмірі 7806 тис. грн. і по суті джерело поповнення власних коштів. За період аналізу підприємство отримало чистого прибутку вдвічі більше (191,38%), це свідчить про джерело поповнення оборотних коштів: 2014 р. – 2679 тис. грн., а 2018 р. – 7806 тис. грн. Фінансові результати діяльності підприємства представлені в Додатку Ж.

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 2018 р. порівняно з 2014 р. виручка від реалізації продукції знизилась на 73,48%. Собівартість реалізованої продукції в 2018 р. зменшилась на 66,34% порівняно з 2014 р.

У 2014 р. сума валового прибутку становила 1975 тис. грн. (Додаток И). У 2017 р. сума валового прибутку склала 713 тис. грн. Таке значення показника свідчить про не зовсім плідний контроль за собівартістю продукції. У 2018 р. витрати на збут становлять 2072 тис. грн., що майже в 5 разів збільшились порівняно з 2014 р., які склали 416 тис. грн. Задля збільшення обсягів продажу витрати на збут є доволі необхідними для просування продукції. Фінансовий результат від операційної діяльності зменшився у 2018 р. порівняно з 2014 р.: зі 353 тис. грн. у 2014 р. до 298 тис. грн. у 2018 р., це означає, що підприємство не має високої ефективності операційного процесу. Більш розгорнуті дані ми можемо розглянути в Додатку 3.

В свою чергу, аналіз показників рентабельності ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» представлений в таблиці 2.15.

*Таблиця 2.15*

**Аналіз показників рентабельності ТОВ «Солодка мрія - Вінниця», %**

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення (+,-) 2018/2014
1. Рентабельність активів	0,04	1,01	-0,63	-0,59
2. Рентабельність власного капіталу	0,37	8,63	-7,45	7,08
3. Рентабельність основних засобів	0,08	2,35	-1,28	-1,20
4. Рентабельність діяльності	0,04	1,49	-2,02	-1,98

ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод». Основними видами продукції 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 2014 р. по 2018 р. (Додаток К). Чистий дохід від реалізації продукції за період з 2014 р. по 2018 р. зріс на 156,22%, а собівартість реалізованої продукції збільшилась на 192,60%. На початку періоду чистий дохід від реалізації продукції становив 43952 тис. грн., у 2018 році – 128605 тис. грн. Що стосується собівартості реалізованої продукції, її загальна сума у 2015 р. становила 108102 тис. грн, у 2016 р. – 145956 тис. грн. Валовий прибуток теж збільшився більш ніж у два рази: у 2014 р. він становив 15612 тис. грн., у 2018 р. – 24010 тис. грн. Це свідчить про результативне контролювання за собівартістю продукції. Усі фінансові результати цього підприємства представлені в Додатку К.

Однак аналіз показників рентабельності ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» представлений в таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

**Аналіз показників рентабельності ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод», %**

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхил. (+,-) 2018/2014
1. Рентабельність активів	2,34	0,89	-1,20	-1,14
2. Рентабельність власного капіталу	24,01	4,11	-11,80	-35,81
3. Рентабельність основних засобів	14,13	3,49	8,56	-5,57
4. Рентабельність діяльності	1,74	0,57	1,11	-0,63

*Джерело: укладено автором.*

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, таких як ТОВ «Агрона Фрут Україна», ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика», ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ», ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод», представлені в таблиці 2.17.

Коефіцієнт фінансової автономії (незалежності) на всіх підприємствах коливався. ТОВ «Агрона Фрут Україна» – показник автономії становить у 2018 році 0,80. ВАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» – 2018 р. цей показник 0,77, а у 2014 р. – 0,82. Середнє значення цього показника має ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ», він становить 0,08. Найменший показник у ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод», він становить 0,07. Це означає, що низьке значення показника сигналізує про високий рівень ризиків і низьку стійкість компанії в перспективі.

Коефіцієнт фінансової залежності – зворотний показник автономії. Нормативне значення коефіцієнта фінансової залежності у 2018 р. на підприємствах дуже коливається. На підприємствах ТОВ «Агрона Фрут Україна» та ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» на кожну гривню власних коштів припадає 0,25 та 0,30 відповідно. А на підприємствах ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» та ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» на кожну гривню припадає 10,46 та 7,23.

У 2018 р. на кожну гривню пасивів припадає 0,20 грн. зобов'язань підприємства ТОВ «Агрона Фрут Україна», 0,23 грн. – підприємства ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика», 0,90 грн. – підприємства ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» і 0,86 грн. – підприємства ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод». Аналізуючи ці дані, ми бачимо, скільки зобов'язань припадає на сукупний обсяг пасивів.

У 2014 р. власні фінансові ресурси не використовувались для фінансування обігових коштів жодним підприємством. У 2018 році значення показника «Агрона Фрут Україна» становить 0,17, «Вінницька харчосмакова фабрика» – 0,08, тобто на кожну гривню оборотних коштів припадає 0,17 і 0,08 гривень власних оборотних коштів. Не можна сказати і про позитивні результати підприємств «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» і «Могилів-Подільський консервний завод», їхні показники менше 0.

Таблиця 2.17

## Показники фінансового стану підприємств плодово-овочевої галузі Вінниці та Вінницької області за 2014–2018 рр.

Показники	ТОВ «Агрона Фрут Україна»		Відхилення	ВАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»		Відхилення	ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ»		Відхилення	ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод»		Відхилення
	2014	2018		2014	2018		2014	2018		2014	2018	
Коефіцієнт фінансової автономії (незалежності)	0,93	0,80	-0,13	0,82	0,77	-0,05	0,04	0,10	0,06	0	0,14	0,14
Коефіцієнт фінансової залежності	1,07	1,25	0,18	1,22	1,30	0,08	26,81	10,46	-16,35	0	7,23	7,23
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,07	0,20	0,13	0,22	0,23	0,01	0,96	0,90	-0,06	1,06	0,86	-0,20
Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування)	14,00	3,96	-10,04	4,44	3,28	-1,16	0,04	0,11	0,07	0	0,16	0,16
Показник фінансового левериджу	0,07	0,25	0,18	0,22	0,30	0,08	25,81	9,46	-16,35	0	0,86	0,86
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,95	0,20	-0,75	0,82	0,77	-0,05	0,04	0,10	0,06	0	0,14	0,14
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,83	0,62	-0,21	0,42	0,62	0,20	0,23	0	-0,23	0	0	0
Маневреність робочого капіталу	0,37	0,68	0,31	0,44	0,54	0,10	0	0	0	0	0	0
Маневреність власних обігових коштів	0,17	0,17	0	0,05	0,08	0,03	0	0	0	0	0	0
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	0,92	0,71	-0,21	0,65	0,67	0,02	0	0	0	0	0	0

Джерело: укладено автором.



Коефіцієнт фінансової стійкості зважає не тільки власний капітал, але і довгострокові зобов'язання та характеризує рівень фінансової стабільності в перспективі більше 1 року. У 2018 р. значення показників коливаються. На підприємстві ПрАТ «Вінницька 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 2018 рік все одно нижче від нормативного.

Фінансовий стан підприємства можна описати з погляду його довгострокової та короткострокової перспектив. Ліквідність і платоспроможність підприємства є критерієм оцінки фінансового стану підприємства у короткостроковій перспективі, тобто здатність завчасно і в повному обсязі розрахуватися за короткостроковими зобов'язаннями.

Значення показника ліквідності у підприємств ТОВ «Агрона Фрут Україна» у 2018 р. вищий за норму та становить 10,19, що свідчить про здатність підприємства погасити всі свої зобов'язання протягом року і на кожную гривню поточних зобов'язань припадає 10,19 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 0,38 і 0,94 відповідно (таблиця 2.18).

Показник швидкої ліквідності у 2018 р. підприємства ТОВ «Агрона Фрут Україна» вищий за нормативне значення і становить 3,74, підприємства ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» – 1,17. Показник швидкої ліквідності підприємств ПрАТ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» і ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» становить 0,02 і 0,61, що свідчить про нездатність підприємств швидко погасити поточні зобов'язання.

Щодо показника абсолютної ліквідності, можна сказати, що у 2018 р. підприємства мали змогу погасити поточні зобов'язання.

## Динаміка показників ліквідності підприємств Вінниці та Вінницької області за 2014–2018 рр.

Показники	ТОВ «Агрона Фрут Україна»				ВАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»				ПрАТ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ»				ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод»			
	2014	2018	Відхилення, +, - 2018 до 2014	Відносне відхилення, % 2018 до 2014	2014	2018	Відхилення, +, - 2018 до 2014	Відносне відхилення, % 2018 до 2014	2014	2018	Відхилення, +, - 2018 до 2014	Відносне відхилення, % 2018 до 2014	2014	2018	Відхилення, +, - 2018 до 2014	Відносне відхилення, % 2018 до 2014
Коефіцієнт ліквідності поточної (покриття)	17,22	10,19	-7,03	-40,82	2,85	0,18	-2,67	-93,68	0,87	0,38	-0,49	-56,32	0,74	0,94	0,2	27,03
Коефіцієнт ліквідності швидкої	11,42	3,74	-7,68	-67,25	2,03	-1,2	-3,2	-157,6	0,17	0,02	-0,15	-88,24	0,48	0,61	0,13	27,08
Коефіцієнт ліквідності абсолютної	2,65	2,39	0,26	-9,81	0,09	0,09	0	0	0,01	0	-0,01	-100	0	0	0	0
Співвідношення короткострокової дебіторської та креди-торської забор-гованості	13,60	1,39	-12,2	-89,78	2,12	0,18	-1,94	-91,51	0,07	0,29	0,22	314,29	1,07	1,13	0,06	5,61

Джерело: укладено автором.

ТОВ «Агрона Фрут Україна» погасили 2,39 грн. поточних зобов'язань. ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» – 0,09 грн., ПрАТ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» – 0,09 грн. і підприємство ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» – 0.

Так як значення показника співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості у 2018 р. підприємств ПрАТ «СОЛОДКА МРІЯ–ВІННИЦЯ» і ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» майже 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 1,39 грн. і 2,30 грн. дебіторської заборгованості відповідно.

Результат роботи підприємства оцінюється рівнем ефективності його господарської діяльності: загальним обсягом одержаного прибутку та в розрахунку на одиницю ресурсів. Прибуток та відносний показник прибутку – рентабельність – є основними показниками ефективності роботи підприємства, які характеризують інтенсивність господарювання. 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 2014–2018 рр. ми бачимо, що коефіцієнт співвідношення витрат 2,84; 2,39 – у підприємства ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика». У ПрАТ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» він становить 0,51; 1,25 – у підприємства ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод». Розгорнуті розрахунки факторного аналізу рентабельності підприємств представлені в Додатках Л, М, Н, П.

## Висновки до розділу 2

1. Оцінено зарубіжний та вітчизняний досвід у формуванні організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодово-овочевої галузі; представлені основні заходи державної підтримки аграрного сектору в США, а саме: підтримка доходів фермерів, регулювання цін, підтримка маркетингу продукції та розвитку інфраструктури, регіональна та загальноекономічна підтримка. Як показує практика різних країн світу, розвиток плодово-овочевої галузі агропромислового виробництва ймовірний тільки за умови проведення активної державної політики в напрямі доцільного використання виробничих ресурсів, спрямованого на підтримку стабільної економічної ситуації в сільському господарстві і в переробному виробництві, забезпечення продовольчої безпеки, гарантуванні конкурентоспроможності. Також необхідно досліджувати пріоритети ринкових відносин на основі «продовольчої дипломатії» та політики протекціонізму країн-партнерів. Обмеження можуть проявлятися у формі фіксування обсягів виробництва певної продукції та введення торговельних квот. Важливим пріоритетом в розвинених країнах є переробка плодово-овочевої продукції. Переробка плодово-овочевої продукції дозволяє здійснювати раціональне поєднання сфер виробництва і засобів виробництва, а також забезпечує економічну підтримку фермерства. Підвищення ефективності функціонування підприємств плодово-овочевої галузі здійснюється через механізми державних закупівель та кредитування. Для України найбільш важливою є розробка державної економічно обґрунтованої продовольчої політики, за прикладом таких країн, як США, Франція, Канада, які забезпечують інтенсифікацію вітчизняного виробництва плодово-овочевої продукції й активізацію процесів її переробки. Основними завданнями при цьому варто визнати зміни структури зовнішньої торгівлі шляхом оптимізації імпорту й експорту, перехід від імпорту плодово-овочевої продукції і продуктів їхньої переробки до закупівлі необхідних нових технологій і ліцензій; підвищення ефективності державного

регулювання з урахуванням змін світової продовольчої ситуації й аграрної політики інших країн.

2. Український ринок плодоовочевої продукції, так і закордонні ринки розвиватимуться відповідно до стабільного зростання обсягів споживання плодоовочевої продукції, сталого підвищення переробленої плодоовочевої продукції у загальній структурі її споживання, підвищення вимог до якості продукції, підвищення інвестиційної привабливості плодоовочевого виробництва. В роботі здійснено аналіз стану та визначення тенденцій розвитку економіки плодово-овочевої галузі України. Так, плоди, ягоди та овочі – найважливіші продукти харчування населення всіх вікових груп. Загальне виробництво сільськогосподарських культур за період 2014–2018 рр. коливається та в останні два періоди демонструє зниження. Спостерігається скорочення виробництва соку фруктових та овочевих. Ціна на культури плодови та ягідні в останній період знижується. Загалом середні реалізаційні ціни на культури в аграрних підприємствах за останні роки забезпечували помірний рівень прибутковості виробництва. В сучасних умовах експортної орієнтації та перевагах ринку ЄС для українських товаровиробників ефективність їхньої діяльності буде суттєво залежати від того, наскільки швидко вони адаптуються до вимог якості та цін. При цьому, впродовж 2014–2018 рр. експорт овочів усіх видів у вартісному вимірі зріс майже вдвічі, тоді як їх імпорт суттєво скоротився. Однак імпорт овочів займає все ще досить високу питому вагу в структурі зовнішньоторговельного обігу України. У споживчому кошику українців, плоди та ягоди займають практично останнє місце за рівнем відповідності фактичного споживання раціональній (90 кг) та мінімальній (68 кг) нормі. Тобто існує необхідність додаткового формування загальної пропозиції вітчизняних плодів і ягід обсягом до 1,5 млн т. Розвиток садівництва й овочівництва значною мірою залежить від раціонального використання виробничого потенціалу. Як садівництво, так і овочівництво є досить трудомісткими і капіталомісткими галузями. Аналіз показує, що нинішня

система і стан виробництва, зберігання, переробки, транспортування та реалізації плодово-овочевої продукції не повною мірою відповідають умовам споживчого ринку. Ефективність функціонування переробних підприємств стримується неефективністю системи управління й організації виробництва, високими витратами, низькою конкурентоспроможністю випущеної продукції.

3. В результаті аналізу ринку плодовоовочевої продукції в Україні і Вінницькій області виявлено ряд лідерів даної галузі. За даними Ресурсного центру з питань аграрного маркетингу побудована діаграма споживання свіжих фруктів. На теперішній час до основних виробників соку, нектарів в Україні належать компанії-лідери: «PepsiCo» (займає 46% загального ринку соків України), «Вітмарк-Україна» (26% загального ринку); «Кока-Кола Україна», що характеризуються значною кількістю марок та широкою географією діяльності по всьому світу. ТМ «Galicia» виготовляє соки за особливою технологією прямого віджиму без додавання води та цукру, консервантів, барвників чи ароматизаторів. За останні 10 років споживання напоїв на одну людину в Європі зросло на 53%. Щорічно середньостатистичний житель України споживає 12 л соку. В Україні джем не дуже популярний продукт, але на полицях в супермаркетах представлений у досить великому асортименті. Лідерами на ринку плодово та овочепереробного виробництва є такі компанії «Верес» (100 найменувань продукції), «Дари ланів» (80 найменувань продукції), «Шафран Еліт» (виробництво і реалізація топінгів, джемів, наповнювачів і сиропів), «Тотал» (реалізує смакові і плодово-ягідні наповнювачі зі шматочками фруктів), «Пані Крістіна» (випускає 7 різновидів джемів, має три напрямки діяльності), «Корисна Кондитерська» (7 різновидів джемів). Діяльність визначених лідерів характеризується використанням сучасного високопотужного та енергоощадного обладнання, значними земельними ресурсами, ефективною логістикою, автоматизованими виробничими процесами, потужною маркетинговою підтримкою, сучасними технологіями.

4. Представлено типові товари, що експортуються до Європейського Союзу, та проведений аналіз експорту продукції з України до США. За останні роки українські підприємства наростили експорт полуниці в ЄС. Вартість експорту ожини, малини, смородини, бузини, порічок теж стрімко зростає. На плодоовочевому ринку виробництва 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. Виробництво овочевих консервів збільшилось. Має місце зріст у споживанні соків натуральних, мінеральної газованої води та безалкогольних напоїв. Ринок мінеральних вод, безалкогольних напоїв є доволі насиченим. Основним чинником підвищення ефективності виробництва плодово-овочевої продукції має стати зміцнення матеріально-технічної бази підприємств, спрощення умов збуту готової продукції неплатоспроможному населенню через 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.

5. Здійснено фінансовий аналіз стану підприємств Вінниці та Вінницької області, які виробляють плодовоовочеву продукцію, а саме: ТОВ «Агрона Фрут Україна», ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика», ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ», ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод». Аналіз показав, що має місце високий рівень ризиків і низька стійкість підприємств в перспективі. У 2014 р. власні фінансові ресурси не використовувались для фінансування обігових коштів жодним підприємством. Ризик недостатності фінансування для продуктивного здійснення діяльності відсутній на ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика», а для ТОВ «Агрона Фрут Україна», ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ –

ВІННИЦЯ» і ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» існує ризик недостатності фінансування причини якого повинні бути досліджені більш детально надалі. Ліквідність підприємств коливається в значних діапазонах. Так на ТОВ «Агрона Фрут Україна» у 2018 р. коефіцієнт ліквідності становив 10,19, натомість на ПрАТ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» – значення цього показника було лише 0,38. Це свідчить про різну спроможність підприємств до погашення поточних зобов'язань і потребує з'ясування причин. Додатково встановлено, що співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості у 2018 р. на підприємствах має схожу природу. Так ПрАТ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ» і ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод» з низькою ліквідністю показують, що підприємства отримують більше фінансових ресурсів у формі кредиторської заборгованості, ніж направляють формування дебіторської заборгованості. ТОВ «Агрона Фрут Україна» і ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика» з вищою ліквідністю демонструють більш ефективне управління кредиторсько-дебіторською заборгованістю, адже на кожен гривню кредиторської заборгованості припадають відповідно 1,39 грн. і 2,30 грн. дебіторської заборгованості. Загалом аналіз показників фінансово-господарської діяльності підприємств виробництва плодово-овочевої продукції показав, що підприємства недостатньо стійкі до коливань ринкового попиту та інших факторів фінансово-господарської діяльності. Тому для досягнення ліквідності і більш стійкого фінансового стану підприємствам консервного виробництва необхідний суворий контроль витрат, зіставлення витрат і результатів поточного виробництва і знаходження оптимального співвідношення випуску окремих видів консервної продукції в загальній програмі випуску.

За результатами дослідження, отриманими у II розділі, опубліковано праці автора [43, 44, 45], що наведені у списку використаних джерел.

## **Список використаних джерел до розділу 2**

1. Азізов С. П., Саблук П. Т., Канінський П. К. Організація аграрного



виробництва і бізнесу : підручник для студ. ВНЗ. Київ : ІАЕ, 2006. 788 с.

2. Андерсен В. Регіональна конкуренція як фактор соціально-економічного розвитку України в умовах глобалізації. *Агора. Подолання розбіжностей – розвиток особливостей*. 2006. Вип. 4. С. 66–72.

3. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств : теорія, методика, аналіз. Київ : КНЕУ, 2005. 292 с.

4. Андрюшко І. М., Пономаренко А. Ю. Досвід виробництва та маркетингу овочів в Україні. К. : Проект аграрного маркетингу, ППФ «Інфорт», 2006. 381с.

5. Близький Р. С. Механізм функціонування ринку плодоовочевої продукції в Україні : дис. д-ра. екон. наук : 08.00.03 / Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк, 2013. 455 с.

6. Буряк Р. І. Маркетингове дослідження ринку продукції рослинництва : монографія. К. : ЦП «Компринт», 2016. 376 с.

7. Вінницька обласна державна адміністрація : веб-сайт. URL: <http://www.vin.gov.ua> (дата звернення: 08.09.2019).

8. Власов В. І. Підтримка сільгоспвиробників у зарубіжних країнах. *Економіка АПК*. 2004. № 5. С. 22–26.

9. Гельд А., Сорокопуд В. Техніка в овочівництві та садівництві. Агроогляд : овочі та фрукти : веб-сайт. URL: <http://www.lol.org.ua> (дата звернення: 06.07.2019).

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

11. Дончак Л. Г. Господарський та економічний механізм на сучасному етапі розвитку економіки. *Теорія та практика ринкових перетворень : економічний та соціальний аспект* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 20–22 бер. 2008 р. Вінниця : ВІЕ ТНЕУ, 2008. С. 325–329.

12. Економічна енциклопедія у 3-х томах. Т. 3. / за ред. С. В. Мочерного. Київ : Видавничий центр «Академія», 2002. 952 с.

13. Економічний аналіз : підручник / за ред. проф. А. Г. Загороднього.

3-тє вид., перероб. і доп. Київ : Знання, 2008. 487 с.

14. Інвестиційний портал Вінниччини : веб-сайт. URL: <http://www.vininvest.gov.ua/> (дата звернення: 06.07.2019).

15. 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>.

16. Концепція розвитку овочівництва та переробної галузі / Кабінет Міністрів України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1120-2011-p> (дата звернення: 05.02.2020).

17. Косовець Г. М. Можливості адаптації зарубіжного досвіду державного регулювання виробництва овочевої продукції до умов вітчизняного ринку. *Ефективна економіка*. 2013. № 7. URL: <http://www.ekonomy.nayka.com.ua/> (дата звернення: 06.07.2019).

18. Кучеренко Т. Сьогодення й майбутнє вітчизняного овочівництва. Пропозиція: інформаційний щомісячник. *Український журнал з питань агробізнесу*. 2010. № 1. С. 19–23.

19. 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.

20. Месель-Веселяк В. Я. Організаційні форми господарювання в сільському господарстві. *Вісн. економічної науки України*. 2006. № 2. С. 188.

21. Мирова торговля в 2011 году. Vlant-Consult : веб-сайт. URL: <http://www.vlant-consult.ru/information/board/307/> (дата звернення: 21.08.2019).

22. Мировое производство фруктов в 2010 году достигло 700 млн. тонн, овощей – 820 млн. тонн. Export : веб-сайт. URL: <http://expotr.by/?act=news&mode=view&id=28683> (дата звернення: 06.07.2018).

23. Мировое производство фруктов в 2014 году. Export : веб-сайт. URL: <http://export/by/?act=news&mode=view&id=28683> (дата звернення:

06.07.2018).

24. Міронова Ю. В., Слободянюк О. Е. Фінансовий потенціал вітчизняних плодоовочевих переробних підприємств в умовах євроінтеграції. Економіка і суспільство. 2017. №13. С. 609-614. Export : веб-сайт. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-13>.

25. Нагорный В. Д. Сельское хозяйство Канады. Корни успеха. Москва : Майкоп. ООО «Качество», 2004. 324 с.

26. 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.

27. 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).

28. 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).

29. 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).

30. 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).

31. 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).

32. 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).

33. 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).

34. 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).

35. Рекомендації щодо здорового харчування дорослих. Півень Н. / зать. 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](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).

36. Серегин С., Макаров Д., Садыров У. Инновационная деятельность предприятий пищевой промышленности. *АПК: экономика, управление*. 2006. № 1. С. 38–43.

37. Сільське, лісове та рибне господарство Великої Британії. Geograf.com.ua : веб-сайт. URL: <http://www.geograf.com.ua/great-britain/553-great-britain-agriculture> (дата звернення: 02.02.2020).

38. Слива вийшла на перше місце в сегменті кісточкових. AgroPortal.ua : веб-сайт. URL: <http://agroportal.ua/ua/news/rastenievodstvo/sliva-vyshla-na-pervoe-mesto-v-segmente-kostochkovykh/> (дата звернення: 02.02.2020).

39. Соціально–економічне становище 2019 року. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/04/zb\\_rosl\\_2018.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/04/zb_rosl_2018.pdf) (дата звернення: 21.08.2019).

40. Споживання продуктів харчування в домогосподарствах. 2018. Головне управління статистики м. Київ : веб-сайт. URL: <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=500&lang=1> (дата звернення: 05.06.2019).

41. Стан фінансування програм підтримки АПК у 2019 році. Інформаційно-аналітичний журнал АПК України : веб-сайт. URL:

<https://agro.me.gov.ua/ua/pidtrimka/stan-finansuvannya-program-pidtrimki-apk-u-2019-roci> (дата звернення: 08.08.2019).

42. Статистика рынка товаров и услуг : учебник / под ред. И. К. Беляевского. Москва : Финансы и статистика, 1995. 432 с.

43. Статистичний збірник «Україна в цифрах 2017». Державний комітет статистики України : веб-сайт. URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ1\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm) (дата звернення: 05.06.2019).

44. Тенденції на ринку виробництва соків. Koloro : веб-сайт. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/tendentsii-na-rynke-proizvodstva-sokov.html> (дата звернення: 02.02.2020).

45. Українські аграрії дедалі більше вирощують лохини. Zahid.net : веб-сайт. URL: <https://zaxid.net/ukrayinski-agrariyi-dedali-bilshe-viroshhuyut-lohini-n1427043> (дата звернення: 28.06.2019).

46. Українці їдять достатньо овочів та недоїдають фруктів. AgroTimes : веб-сайт. URL: <https://agrotimes.ua/ovochi-sad/ukrayinczi-yidyat-dostatno-ovochiv-ta-nedoyidayut-fruktiv/> (дата звернення: 02.02.2020).

47. 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](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2007_2_56) (дата звернення: 01.02.2020).

48. Усенко Л. Н. Цель – сбалансированное питание населения. *Экономика сельского хозяйства России*. 2006. № 9. С. 6–7.

49. 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).

50. Шевчук Г. В. Особливості функціонування підприємств плодоовочевої галузі Вінницької області. *Економіка. Фінанси. Менеджмент*:

*актуальні питання науки і практики*. 2017. № 10. С. 156–163.

51. 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.

52. Agriculture. Eurostat : веб-сайт. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/agriculture/data/main-tables> (дата звернення: 02.02.2020).

53. 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](https://www.researchgate.net/publication/279607882_Minimal_Fresh_Processing_of_Vegetables_Fruits_and_Juices) (дата звернення: 02.02.2020).

54. Crops processed. Food and agriculture organization of the UNs statistics division : веб-сайт. URL: <http://faostat3.fao.org/download/Q/QD/E> (дата звернення: 02.02.2020).

55. Food Sector – Fruits & Vegetables. Macfrut : веб-сайт. URL: [http://www.macfrut.com/public/allegatinews/1097/1097\\_food\\_sector\\_fruits\\_vegetables\\_india\\_1\\_1\\_736.pdf](http://www.macfrut.com/public/allegatinews/1097/1097_food_sector_fruits_vegetables_india_1_1_736.pdf) (дата звернення: 02.02.2020).

56. Fruit and vegetable. Food Technology Corporation : веб-сайт. URL: <https://www.foodtechcorp.com/fruit-and-vegetable-industry-applications> (дата звернення: 02.02.2020).

57. Indonesia's port closure causes concern among fruit and vegetable exporters. World Tariff Profiles 2012 : веб-сайт. URL: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/agric\\_e/agchairtxt\\_dec08\\_a\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/agric_e/agchairtxt_dec08_a_e.pdf) (дата звернення: 02.02.2020).

58. Mensink, G.B.M., Truthmann, J., Rabenberg, M., Heidemann, C., Haftenberger, M., Schienkiewitz, A. & Richter, A. (2013). Fruit and vegetable intake in Germany, Results of the German Health Interview and Examination Survey for Adults. *Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung –*

*Gesundheitsschutz.*

56.

779–785.

URL:

[https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00103-012-1651-8.](https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00103-012-1651-8)

**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 з основних двигунів підприємств до економічного благополуччя.

Розвиток маркетингової діяльності на сучасному етапі переслідує безліч проблем. Однією з 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 сільських товаровиробників в 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 з кожним днем зростає. У сучасних умовах володіння інформацією і знаннями про виробництво і збут продукції ринкової новизни має важливе значення. Сьогодні ця ніша ринку в багатьох суб'єктах України залишається незаповненою. Не винятком є 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 [56, 57].

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 з собою втручання їхніх власників у діяльність створеної структури, ступінь 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, в 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 [58, 59].

Низка вчених і фахівців вважає за необхідне 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. В. Кузнецов зазначає: «Розвиток кооперації сприяє швидшому розвитку процесу інтеграції сільськогосподарських товаровиробників з переробними підприємствами, організаціями торгівлі, підприємствами інших галузей» [31]. Т. 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» [55].

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 відносного здорожчання сировини, оскільки її постачальник – великий бізнес, є основним. Це викликає необхідність визначення і звернення до додаткового і 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 [61]. 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 [53]. 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 контрактів оренди, прийняття на роботу осіб, які володіють особистим автотранспортом.

Робота на сільському сировинному ринку з його жорсткою конкуренцією вимагає і особливої організаційної структури підприємств [58, 59]. 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 і бути багатогранною і комплексною. Менеджмент повинен охоплювати такі сфери: матеріально-технічне постачання; виробництво послуг; інновації у виробництво і реалізацію послуг; маркетинг послуг; кадри; фінанси; екзаунтінг.

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 з 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 [30]. 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) [20]. Тому ефективним буде об'єднання зусиль підприємств деякої території (наприклад, декількох, які межують один з одним, по районах). Але це об'єднання поряд з 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 в конкуруванні породжує вимоги до кількості таких

формувань на певній території однієї групи власників. Кількість структур має бути ретельно продуманою згідно з наявною в 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 [13]. З цією метою необхідно проводити спостереження за розвитком досвіду конкурентів з 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 в 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 [51]. 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 [51]. Пропонуємо підхід до розв'язання цієї проблеми. Спочатку метою створення маркетингових формувань є задоволення господарських потреб переробних підприємств. Це задоволення проводитиметься на комерційних засадах, оскільки маркетинговим формуванням необхідно забезпечувати себе ресурсами, закуповувати сировину і, нарешті, забезпечувати розширене відтворення. Однак ці комерційні принципи повинні носити регульований характер, оскільки переробні підприємства стоять в організаційній і економічній основі цього формування, і остання створена для досягнення конкретних цілей власників. Крім того, на користь обґрунтування неможливості «безприбутковості» необхідно сказати, що створене об'єднання може отримувати прибуток від реалізації сировини іншим споживачам (не власникам). Таке можливо в тому випадку, коли маркетингова структура повністю задовольняє можливості власників – переробників, наприклад, якщо вони малі підприємства.

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 [65]. Ми вважаємо, що практичне застосування висловленої проблеми не є реальною, оскільки, з одного боку, зміцнення на такому вигідному ринку є основною метою створення кооперативних маркетингових структур, а з іншого – потрібно помітити, що створені структури не будуть монополістами на ринку і не будуть першовідкривачами. На цьому ринку існує достатній контингент учасників, змагатися з яким необхідно здоровими заходами конкурентної боротьби, і обмеження будь-яких взагалі інтересів споживачів буде просто не

вигідною 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 в 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 [60].

Економічне становище в країні помітно поліпшилось, але проблеми переробних підприємств не зменшилися [65]. У цій ситуації тільки посилюється необхідність організації кооперативних маркетингових формувань. Однак в сучасних умовах створення повномасштабної системи обслуговування і її інфраструктури в силу об'єктивних (в тому числі і економічних) причин нереально. У цій ситуації ми пропонуємо принципово нові рішення щодо обслуговування малого сільського бізнесу, яке полягає в розвитку маркетингового кооперативного обслуговування за галузевим додатком на базі переробної промисловості, як найбільш налагодженої системи із заготівлі, переробки сільськогосподарської сировини і реалізації створеного продукту. Така взаємодія не тільки органічно вписується в передбачувану систему обслуговування малих сільських 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 більш повно забезпечити їм свої господарські та соціальні потреби, ефективно вести виробництво і здійснювати захист своїх інтересів у ринковій економіці [64]. 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 і радгоспах база. Однак морально-психологічний клімат, що складається навколо цього сировинного сектору, найсильніша 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.

Що стосується Конституції України, вона призначена, безумовно, і для переробних підприємств, для регулювання основних положень їхньої правової діяльності, в тому числі і кооперативної. Регулювання кооперативних взаємин також проводиться Цивільним кодексом України. У ньому створено цілісне уявлення про сутність кооперативу, про роботу з його організаціями, в тому числі і переробними підприємствами, формування



правової бази. У Кодексі України також сказано, що відносини, пов'язані зі створенням кооперативів, регулюються також іншими державними та регіональними законами і нормативними актами. По суті, більшість основних принципів можуть бути реалізовані і в деяких інших формах об'єднання переробних підприємств.

Основні принципи кооперації [30, 55]:

- 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 з його діяльністю, в 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»;
- якщо на момент прийняття такого рішення суспільство 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 з економічного погляду – централізоване об'єднання зусиль кількох учасників, то для нього застосовуються і деякі інші принципи кооперативу, що надзвичайно важливі на сучасному етапі розвитку економіки. Наприклад, при виході з товариства учасник має право на отримання частини майна, що відповідає його частці у статутному капіталі; учасник товариства зацікавлений у нарощуванні капіталу товариства, оскільки частина прибутку розподіляється у вигляді дивідендів, пропорційних часткам у статутному капіталі; кожен член товариства бере участь в управлінні через загальні збори.

Вибір товариства з обмеженою відповідальністю обґрунтовується, безумовно, не тільки значним збігом принципів при його створенні, а й позитивними сторонами переробного бізнесу (наприклад, можливостями

матеріально-технічного, фінансового та іншого характеру). Таким чином, основні принципи створення кооперативів за чинними вимогами до структур переробного бізнесу цілком можуть бути реалізовані в товаристві з обмеженою відповідальністю при раціональній їхній організації. А раціональний тип кооперативного маркетингу базується на отриманні її учасниками необхідної вигоди при мінімальних витратах.

Створена структура буде організовувати взаємодію із селянськими (фермерськими господарствами). При організації такої взаємодії з обслуговування фермерських і особистих підсобних господарств ми виходили з того, що в структурі кооперуються, перш за все, управлінські, організаторські здібності, капітал, не виключаючи і особисту працю учасників з метою максимально ефективного використання ресурсного потенціалу переробних підприємств в інтересах дрібних товаровиробників на селі. З цією метою потрібно систематизувати взаємодію таких структур і виробників сировини на основі встановлення двосторонніх обов'язків і причому не тільки на підставі договору. Ділові зв'язки між ними повинні бути не разовими, спонтанними, а довготривалими, заснованими на взаємовигідному інтересі. Такий підхід дозволяє кожній стороні планувати свою роботу більш впевнено як мінімум на найближчу перспективу.

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 в конкурентну боротьбу.

Наука і практика свідчать, що бажано починати виробничу діяльність

будь-якої організації з 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 з 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. На теперішній час можна сказати, що вже створені умови для зростання і ефективності виробничої діяльності, і маркетинг повинен тільки сприяти цьому.

Маркетингову діяльність, як реалізатор конкурентного середовища в економіці, необхідно посилювати на всіх напрямках, в тому числі й на заготівлі сировини у малих сільських товаровиробників. Хоча багато суб'єктів галузі так чи інакше займаються цим, але все це відбувається поодиноці.

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 експерименту 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 [36, 63, 66, 70]:

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

Зараз, коли українські прилавки заповнені імпортними товарами, в той час як якісні вітчизняні продукти залежуються на складах, особливо необхідно допомогти покупцеві і продавцеві знайти один одного. І варто зазначити, що оптові ринки служать ефективним каналом просування сільськогосподарської продукції від виробників до споживачів.

Вітчизняний досвід показує, що для успішної реалізації багатьох починань необхідний змішаний підхід рухів «зверху» (за допомогою державних та інших ініціативних представників) і «знизу» (самими суб'єктами ринку). Організаторам необхідно правильно визначати співвідношення цих двох рухів – вони повинні вміти формувати маркетингову структуру.

Безумовно, при правильному застосуванні маркетинг може бути дуже корисним інструментом. Однак 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 маркетологів 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 є важливим фактором виживання на ринку. І це 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 і розвиток будь-якої організації неможливі без забезпечення ресурсами [1]. 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 дорого.

Як показує реальність функціонування переробних підприємств у багатьох областях, в тому числі у Вінницькій області, можливість створення кооперативних маркетингових структур є [36, 56, 57]. Тому, щоб не впливала тенденція до появи маркетингових структур з 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 неукмплектованості формувань ресурсами.

Налагодження маркетингової роботи для населення сільської місцевості за його участі особливо важке, але якщо люди відчують потребу й інтерес, можна розраховувати на їхню увагу і розуміння. Передусім потрібно чітко роз'яснити їм, яким реальним потребам служитиме створювана структура, яка користь від неї і який ризик може чекати на них як виробників продукції при всіх пропонованих змінах. Це дуже важливо, оскільки вони живуть в навколишніх умовах багато років і мають намір жити там і надалі. Місцеві жителі знають про свої потреби і про можливий ризик краще, ніж будь-яка стороння людина. Тому при організації маркетингової роботи потрібно виходити з реальних можливостей. Зрозуміло, на ранніх стадіях немає сенсу говорити про можливості розв'язати великі проблеми всіх і кожного.

Щоб структура успішно працювала, потрібно сконцентрувати увагу на якісному задоволенні явних і реальних потреб, які точно відповідають домовленостям. Кожна послуга повинна себе окупати, або віддача повинна бути дуже близька до витрат, в іншому випадку це може призвести організацію до банкрутства. У майбутньому, відповідно до рівня розвитку організації, обсяг послуг повинен бути збільшений, але якість їх знижуватися не повинна. Тільки таким чином можливе успішне конкурування на такому прибутковому і одночасно складному для роботи 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 в 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, малому сільськогосподарському бізнесу властиві недоліки, усунення яких сприяє його інтересам. Це труднощі із залученням великих капіталів, недоліки спеціалізованого менеджменту, необмежена відповідальність за борги, необхідність бути фахівцем у багатьох напрямках, ризик втратити всі свої особисті заощадження і майно. Зазначені недоліки, характерні для одноосібних підприємств, можуть бути зі збереженням позитивних сторін у вирішенні кооперативних маркетингових формувань. Порівняно з ними вони могутніші 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 з досягненням цілей організації. Але найголовніша якість пропонується до організації структур – це, звісно, здійснення діяльності, необхідної обох 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 необхідності. Керівник маркетингового відділу підпорядковується керівнику організації (директору), постійно перебуває в центрі подій і отримує оперативну та будь-яку інформацію з різних каналів



від виробників та інших джерел, а потім передає її для використання фахівцям підприємств і працівникам служби. Один маркетинголог відділу формує цінову політику, а інший – виконує функції консультанта щодо правильного і ефективного доведення послуг споживачам для тих маркетингологів, які працюють безпосередньо в сільській місцевості. За необхідності (хвороба тощо) один замінює іншого. Решта маркетингологів 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 маркетингологів нижчої ланки також будується за принципом взаємозамінності.

Залежно від розміру, кількості товаровиробників і переліку виробленої продукції в 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-маркетинголог). Велике кількісне суміщення професійних завдань в одній особі не має сенсу, оскільки це призведе тільки до перевантажень і в результаті – невдоволенням роботою.

Підсобні господарства, фермери виробляють продукцію в намічених і узгоджених кількостях і термінах максимально високої якості. Забирають продукцію у них на місці маркетингологи. Для цього маркетингологи самі вирішують організаційні питання (пункт призначення та інші). Звичайно, вони для здійснення діяльності повинні бути забезпечені ресурсами. 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 з приводу основної діяльності проводиться на підставі договірних відносин.

Далі на черговій зустрічі, що припадає на кінець періоду, маркетингологами 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 особисто-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 сільських 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%.

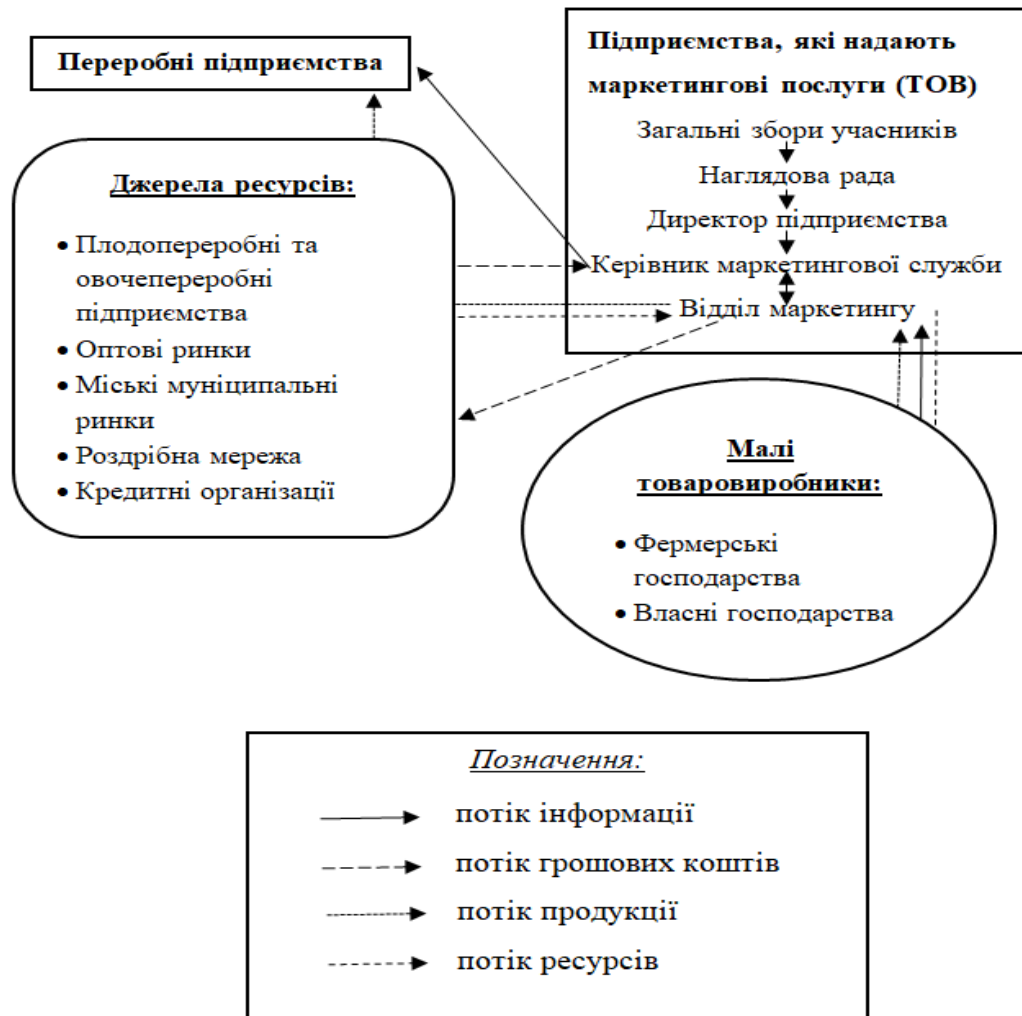


Рис. 3.1. Схема руху інформації, продукції та грошових коштів при маркетинговому обслуговуванні малих сільських переробних підприємств

*Джерело: укладено автором.*

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 і за це отримувати відповідну матеріальну винагороду.

У запропонованій структурі, крім основного персоналу, є й обслуговуючий або допоміжний (наприклад бухгалтер, юрист і інший), 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.

Звичайно, успішна діяльність і цінність будь-якої організації полягає в її кадрах, тому для збереження їх від плинності 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 засобів від результатів діяльності організації буде мало (це може бути пов'язано із сезонністю заготовлення сировини). Крім зазначеного фонду, бажано утворити й інші спеціалізовані фонди, наприклад накопичення. Кількість і призначення їх може бути різною і залежати від керівництва організації.

Отже, підбиваючи підсумок, варто зауважити, що організаційно-правові форми, внутрішнє середовище і варіанти взаємодії маркетингових формувань, побудованих на принципах кооперування зусиль переробних підприємств, можуть бути різні. Все залежить від конкретних інтересів, прагнень учасників, їхніх можливостей, а також кон'юнктури сільського сировинного ринку, яка в різних регіонах і навіть районах відрізняється. Однак спілкування з керівниками сільського та переробного бізнесу Вінницької області та сусідніх з нею регіонів свідчить, що запропоновані розробки можуть бути впроваджені у практичну діяльність підприємств, хоч і не в усіх 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 Урядом заходи, спрямовані на поліпшення роботи суб'єктів в цій галузі господарювання, багато з них в багатьох регіонах досі мають механізми її реалізації недостатньо рентабельними та працюючими. 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 [6, 9, 11, 15, 22, 25, 30, 34, 35, 38].

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 з першорядних завдань будь-якої побудови механізму суб'єктів галузі. Ми не сумніваємося в тому, що саме оптимальне поєднання достатності створеного обсягу і мінімуму витрат стає в ринкових умовах одним з 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 з 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 в групи за однорідними ознаками з формуванням порівняно незалежних і відособлених функціональних підсистем. При цьому з погляду нашої мети проектування 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 в 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.).

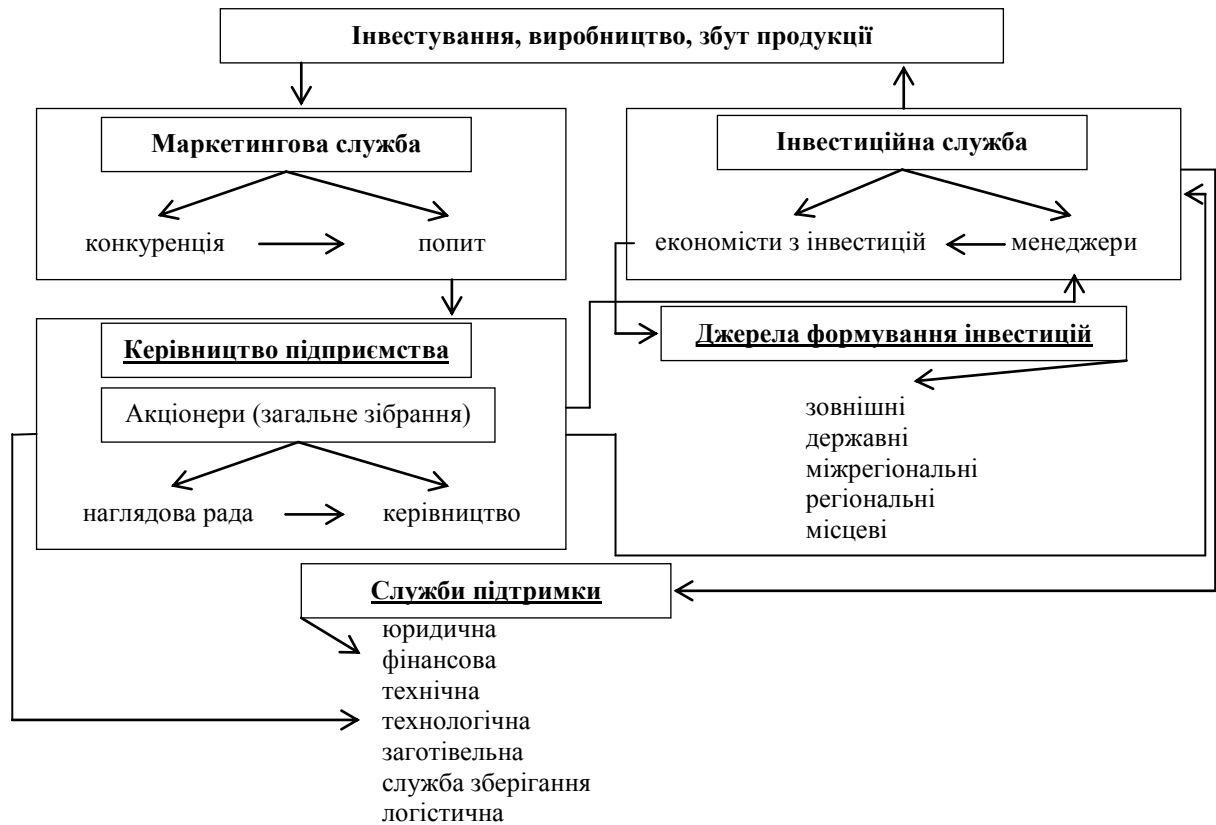


Рис. 3.2. Функціональна спрямованість маркетингової служби у формуванні інвестиційних ресурсів переробних підприємств

*Джерело: укладено автором.*

Зміст механізму акумуляції довгострокових вкладень розкривається через реалізацію його функцій. Вони полягають в 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 і 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 з 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 в єдину управлінську структуру, на нашу думку, характеризує їх найкращим чином. Першим інструментом є форма розподілу повноважень і відповідальності керівників усіх рівнів, чітко розмежовує 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, що активізує систему акумуляції. Механізм працюватиме тільки при достатньому економічному стані, утворюючи привабливість підприємства перед зовнішніми джерелами 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 направляючого блоку. Вона повідомляє про необхідність переходу підприємства від здійснення простого відтворення до його розширеного типу і формування капіталу із зовнішніх і внутрішніх джерел через включення механізму. Мотиваційний механізм – це своєрідний «двигун», що передає імпульси, енергію економічних законів господарському суб'єкту. Як показано на рис. 8., 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 з 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. Під оснащеністю розуміють не відповідне обладнання робочого місця співробітників, а виконання ним обов'язків загалом.

Рівень укомплектованості штату, оснащеності і оплати праці є основою формування співпраці із зовнішнім середовищем. Але деякі дослідники вважають, що це не повністю розв'язує проблему. Дієва співпраця з ринком капіталу має формуватися силами спеціального відділу підприємства. Однак ефективна взаємодія керівного блоку із зовнішнім середовищем відбувається не відмежовано. Абсолютна повнота зв'язку встановлюється між джерелами, об'єктивне стратегічне значення яких виявилось на теперішній момент і планується в майбутньому. Причому під стратегічним значенням джерел розуміють обсяг і характер вкладених у них коштів. Крім того, пристосування зовнішніх зв'язків проводиться на основі гнучкості, можливості оперативно відображати господарські, економічні зміни в стані підприємства у взаємодії з інвестиційними партнерами, а також пристосовуватися до ринку капіталу.

Оскільки багатоканальна система формування довгострокових вкладень володіє всією організаційною структурою підприємства, а також передбачає взаємодію із зовнішнім середовищем, ринком капіталу, то для управління ними в необхідному напрямку потрібен певний центр, відділ, який займається цим і представлятиме керівне об'єднання. Як показала практика, штат працівників такого підрозділу цілком може комплектуватися залежно від масштабності і складності залучення 4–7 співробітниками. Один з них – менеджер, найбільш кваліфікований фахівець, постійно перебуває в центрі подій і керує процесом акумуляції як із зовнішніх, так і з внутрішніх

джерел. Він постійно перебуває у взаємодії з керівниками інших служб підприємства з метою їх спрямування до поставленої мети. Частина працівників обробляє інформацію, отриману від інших співробітників служби і підрозділів підприємств. Штат персоналу, що залишився, ретельно підібраний (знання, комунікабельність, ділові якості), оскільки від цих працівників залежить успіх пошуку і встановлення контактів із представниками ринку капіталу; на кожного з них покладаються обов'язки щодо установаження взаємодії з 3–4 джерелами або більшої кількості залежно від тимчасового навантаження на кожен з них. У межах виконавчої структури керівної підсистеми здійснюється прогнозування потреб в обсягах інвестиційних ресурсів, вивчення можливості їх формування завдяки різним джерелам, визначення методів інвестування, встановлення оптимальних структур та обсягу джерел формування інвестиційних ресурсів. Крім цього, відділом визначається витратність роботи механізму. Малі підприємства цілком можуть комплектуватися 1, 2 або 3 співробітниками (директор плюс 2 працівники або найбільш кваліфікований працівник – керівник плюс 2 менш кваліфікованих працівники).

Вибрані об'єкти інвестування формують потребу в інвестиційних ресурсах, які можуть прогнозуватися [2, 34, 43]. 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'юкттури ринку і вимог підрядників.

Паралельно вивчається можливість формування інвестиційних ресурсів завдяки різним джерелам і встановлюється порядок їх залучення в цю діяльність з урахуванням економічних можливостей підприємства і його ефективності. Як відомо, всі джерела фінансування інвестицій поділяються

на власні, залучені і позикові. Однак не всі вони доступні. Причини на це різні: і недостатня привабливість підприємства, і високий відсоток за їх використання, складність із забезпеченням позичок та інші. Тому одним з важливих моментів є знаходження найбільш вигідних джерел.

Дослідники вважають, що залучення певних першочергових джерел (власних, позикових або залучених) позитивно відобразиться на економіці підприємства і створить підґрунтя для якнайшвидшого і повного запуску нового або оновленого виробництва і, отже, 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 акумуляції довгострокових вкладень визначають методи інвестування (самофінансування, акціонування, кредитування, лізинг, змішане фінансування та інші). На цій основі, деталізуючи її за окремими каналами залучення, можна визначити оптимальні пропорції у структурі та обсяг джерел формування капіталу з погляду раціонального співвідношення власних, позикових і залучених коштів. Встановлюється певний (часовий) організаційний порядок фінансування інвестиційних програм в межах регламенту, який у свою чергу, повинен мати такі якості, які забезпечуватимуть швидку окупність і змогу запобігти спаду фінансової стійкості. За підсумком проводиться контроль за порядком надходження

коштів і контроль за їх витратами.

При підготовці основного бюджету, при повному його аналізі, плануванні та коригуванні до роботи долучаються всі підрозділи механізму, але пріоритетною є все-таки інвестиційна служба. Головним інструментом є впровадження бюджетного управління фінансовими та іншими ресурсами. В його основу входять доповнення бухгалтерського та управлінського обліку, які працюють за жорстким регламентом, контролюють і забезпечують раціональність фінансування.

Однак робота механізму залежить від зовнішніх та внутрішніх факторів: економічний стан, стратегії та робота конкурентів, соціальні зміни в суспільстві, екологічні умови, стан на ринку праці, зміни на грошових ринках, законодавство, складність в пошуках інвесторів, світові технології виробництва, оцінка ринків збуту. Також багато залежить від внутрішнього середовища підприємства. Неочікувані звільнення, нові співробітники, реструктуризація, розширення або скорочення діяльності підприємства, поведінка клієнтів та персоналу, дія акціонерів, які можуть як сприяти, так і шкодити діяльності. Ступінь маневреності цих чи інших факторів сприятиме успіху і ефективності роботи механізму.

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

В ТОВ «Агрона Фрут Україна» механізм акумуляції довгострокових вкладень реалізується через взаємодію комерційного відділу, відділу контролінгу, служб підтримки (маркетингової, відділу сервісу клієнтів, виробництва, складів, ІТ). Функціонування механізму взаємодії служб з 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.



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

*Джерело: укладено автором.*

Дослідження наукових праць та практичних рекомендацій дозволило сформуванню системи показників, яка дає можливість оцінити ефективність інвестиційної діяльності та інвестиційної привабливості [2, 25].

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; фондвіддача;

фондоємність; індекс дохідності; 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.

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, %.

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 проєкти.

18. Діагностика ймовірності банкрутства підприємства характеризує ступінь ризику банкрутства підприємства.

Для аналізу та оцінки інвестиційної привабливості підприємства ми використаємо Дельфі-метод експертних оцінок [22].

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 з найбільш поширених методів експертної оцінки майбутнього, тобто експертного прогнозування.

Цей метод розроблений американською дослідницькою корпорацією REND і служить для визначення і 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 М).

Анонімність полягає в 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 в тому, що група фахівців складає прогноз, котрий містить погляди тільки більшості експертів, тобто такі погляди, з якими могла б погодитися більшість групи.

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.

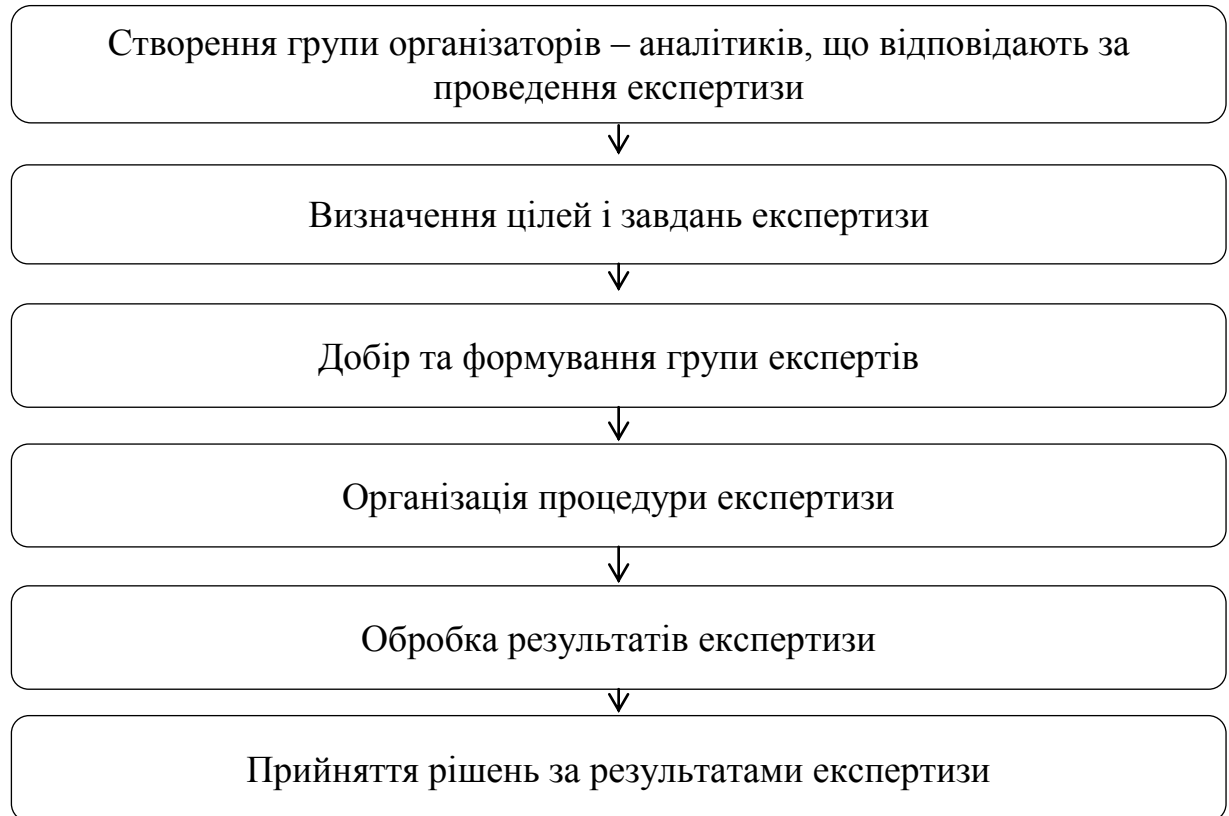


Рис. 3.4. Організаційна блок-схема проведення експертної оцінки на базі методу «Дельфі»

*Джерело: укладено автором за даними [22].*

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 Р.

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 з певної проблематики.

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

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

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  $Q_i^I$  (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.

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

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

У Додатку С 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 балансний прибуток» – 8 випадків; «Грошовий потік» – 9 випадків; «Термін окупності» – 16 випадків.

*Таблиця 3.1*

**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: укладено автором.*

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 Т. 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.

Таблиця 3.2

## Ранжування показників по мірі зниження відносної важливості

Номер згідно з анкетною	Показник	Середнє значення рангу	Номер згідно з відотною важливістю
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	Фондовіддачі	17,075	18

*Джерело: укладено автором.*

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

У Додатку У. 1 наведені дані матриці переваг. Шляхом послідовного виключення одного з експертів, був проведений розрахунок коефіцієнта конкордації. Виключення із розрахунків одного із експертів, номери яких 2, 4, 5, 9, 10, 19, сприяло підвищенню ступеня погодженості думок експертів, що призводить до зростання коефіцієнта конкордації. А виключення

експертів під номерами 6, 11, 17, 20 призводить до зниження коефіцієнта конкордації.

Таблиця 3.3

**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 <sup>2</sup>
1	2	3	4
1. Коефіцієнт покриття довгострокових вкладень	247.5	56,33	3173,1
2. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	185	-5,67	32,2
3. Коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів	251	60,33	3639,7
4. Коефіцієнт автономії	127.5	-63,17	3990,5
5. Грошовий потік	95	-95,67	9152,7
6. Чистий/балансовий прибуток	85	-105,67	11166,2
7. Фондовіддачі	341.5	150,83	22749,7
8. Фондоємність	333	142,33	20257,8
9. Індекс доходності	195.5	4,83	23,3
10. Коефіцієнт зносу основних запасів	217	26,33	693,3
11. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	148.5	-42,17	1778,3
12. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	256.5	65,83	4333,6
13. Рентабельність основних засобів	189.5	-1,17	1,4
14. Рентабельність реалізованої продукції	168.5	-22,17	491,5
15. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	136.5	-54,17	2934,4
16. Коефіцієнт фінансової стійкості	140.5	-50,17	2517,0
17. Термін окупності	49	-141,67	20070,4
18. Ймовірності банкрутства підприємства	265	74,33	5524,9
Разом:	3432	-0,56	112530
в середньому:	190,67	-0,03	6251,67

*Джерело: укладено автором.*

У Додатку У. 2 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 і 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 сформувані важливі висновки. 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 з тим, експерти не приділили увагу таким показникам як фондвіддача, 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 ранжованих показників із сукупності альтернативних. Отримані результати можуть бути використано 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.

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 потрібен в першу чергу базуватися на коригуванні цін на ринку

плодово-овочевої продукції; державній підтримці для підприємств в оподаткуванні; пільгових умовах при кредитуванні; консультативних послугах з 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: укладено автором.*

Державне регулювання і регулювання регіонального ринку плодово-овочевої продукції здійснюються в таких основних формах [24, 45]:

- 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 [45, 51]:

- 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 [41-45]:

- 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 з 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 в 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 [34]:

- 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 з форм регулювання ринку плодово-овочевої продукції та підтримки сільськогосподарських товаровиробників є участь держави в заставних операціях з 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, законодавчих і нормативних актів та інших документів з регулювання ринку плодово-овочевої продукції має стати чіткий розподіл відповідальності між державою та вітчизняними товаровиробниками, а також визначені державні повноваження. За кожним із розроблюваних і здійснюваних заходів необхідно визначити джерело фінансування, а також порядок використання виділених фінансових коштів.

При переході до ринкових стосунків в умовах відмови від державного планування всіх галузей агропромислового виробництва найбільш дієвим інструментом формування ринкових структур і механізмів їхнього регулювання стають цільові комплексні програми, що охоплюють не тільки безпосередньо виробництво, але й інші галузі агропромислового виробництва регіону, а також різноманітні сторони виробничих стосунків між ними.

Програма становлення та розвитку продовольчого ринку як України, так і її окремого регіону повинна містити заходи із створення необхідного рівня пропозиції (виробництва) сільськогосподарської продукції, заходи зі створення ринкової інфраструктури, з підтримки прибутковості сільськогосподарських товаровиробників на рівні, необхідному для розширеного виробництва, рівня гарантованих цін та інші організаційно-економічні заходи, проведення яких необхідне для організації нормального функціонування ринку продовольства. Програма також передбачає обсяги державного бюджетного фінансування, різноманітні пільги та стимули, що надаються учасникам програми.

Цільові комплексні програми пов'язують в єдину систему більшість напрямів державного регулювання, але одночасно з цим не виключають

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., основні положення якого лягли в основу Стратегії розвитку аграрного сектору економіки України до 2020 року та Програми розвитку аграрного сектору економіки України до 2020 року. Метою реалізації концепції передбачалось нарощення обсягу виробництва високоякісної овочевої продукції, забезпечення продукцією овочівництва з розрахунку на одну особу в кількості, яка відповідає визначеним науково обґрунтованим нормам споживання, та розвиток ринкової інфраструктури, пов'язаної із забезпеченням населення такою продукцією.

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 дорадництва на 2016–2020 роки. Метою даної програми було забезпечити належні та стабільні умови підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, особистих селянських та фермерських господарств як важливої соціально-економічної інституції підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, створення додаткових робочих місць, активного розвитку сільських територій та підвищення рівня і якості життя сільського населення в цілому. Завданнями Програми серед інших були і такі: забезпечити збільшення щорічно до 2020 року виробництва особистими селянськими та фермерськими господарствами:

картоплі – на 5,0%, овочів – на 5,0%, цукрових буряків – на 5,0%, плодів та ягід – на 6,0% проти досягнутого рівня 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 діючих 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 [62]:

- 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, 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. В проєкті, серед іншого, визначено завдання міських голів щодо забезпечення зменшення викидів CO<sub>2</sub> в атмосферу. Результати проєкту відповідають цілям сталого розвитку України, які представлені 15 вересня 2017 року Урядом України у Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна», 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 всеохоплювальній і сталій індустріалізації та інноваціям; забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва.

2. Проєкт «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 проєкту стала реставрація музею вина та виноробства, що має важливе значення у підтримці культури та традицій плодоовочівництва у Ямпільському районі.

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

1) Створення туристичних об'єктів у складі кластеру «Яблуневий шлях», розвиток інфраструктури в секторі виробництва, освіти та відновлення здоров'я;

2) 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;

3) Популяризація муніципалітету серед інвесторів, підтримка місцевих товарів і послуг, підвищення рівня

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 в рамках реалізації проєкту завершуються ремонтні роботи в Северинівському санаторії, в якому буде проводитись дводенний цикл лікувально-відновлювальних процедур. З 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 з урахуванням архітектурних та природних пам'яток території. В липні

2019 року був проведений тематичний фестиваль у Северинівській ОТГ ФруктосмакФест».

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 [19, 28, 63, 66]. У сучасних умовах сфера малої роздрібної торгівлі розвивається швидко, вилучаючи величезні фінансові ресурси з нормального обігу грошового капіталу.

В Концепції розвитку овочівництва та переробної галузі від 31 жовтня 2011 р. № 1120-р. 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» перевантажений 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 те, що це ринки окремих видів продукції, як, наприклад, ринок плодово-овочевої продукції, доцільно також створення

відповідних поєднань: овочів, фруктів, продуктів їхньої переробки та інших. Цей процес має іти з основ, від безпосередніх сільськогосподарських товаровиробників, потребуючи державної підтримки як на регіональному, так і на державному рівнях. При цьому в першу чергу необхідна участь держави у фінансуванні створення капіталомістких об'єктів інфраструктури оптових продовольчих ринків: бази збереження продукції, а також її транспортування, інформаційного забезпечення.

Однією з важливих проблем в аграрному виробництві на сьогодні є також взаємозв'язки сільського господарства з переробною промисловістю. Проведений аналіз показав, що частина сільськогосподарського товаровиробника в остаточній ціні продукту неприпустимо мала та не відтворює реального вкладу всіх учасників продовольчого ланцюжка «від поля до магазину».

У ситуації, що склалась, вихід вбачаємо у зміні форм та змісту економічних зв'язків у агропромисловому комплексі, основними учасниками яких виступають сільськогосподарські товаровиробники та переробні підприємства. Вони перебувають в єдиному технологічному ланцюгу, працюють на єдиний кінцевий продукт (результат), отже, повинна зберігатися гармонія їхніх інтересів. Це завдання без активного втручання держави вирішити складно. Тут є безліч варіантів, одним із яких є створення різноманітних асоціацій і кооперативів на основі часткової участі з метою об'єднання ресурсів та залучення інвестицій. Безпосередніми учасниками асоціації виступають підприємства, що переробляють свіжу плодово-овочеву продукцію, та близько розташовані садівничі й 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 [18].

Говорячи про гарантії держави на прийом всієї представленої продукції, відзначимо, що це не виключає вільний вихід сільськогосподарських товаровиробників на ринок, а лише має на увазі, що якщо товаровиробник з тієї чи іншої причини відмовився від прямого звернення до ринкових каналів, держава гарантує прийом його продукції за гарантованими цінами (закупівельними та заставними). Таким чином, гарантія прийому продукції дає впевненість сільськогосподарським товаровиробникам у захисті їх від банкрутства, стимулює зростання обсягів виробництва плодово-овочевої продукції, що в кінцевому варіанті сприяє стабілізації регіонального плодово-овочевого ринку.

Формування єдиного ринку плодово-овочевої продукції на основі взаємовигідних економічних умов з 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 з причини жорстких кліматичних умов неможливе або вкрай обмежене. Регіональні продовольчі фонди виконують в 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 з 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.

Заходи державної підтримки і захисту сільськогосподарських товаровиробників мають сприяти зниженню витрат виробництва, перерозподілу прибутку від реалізації кінцевого продукту, а не зростанню роздрібних цін на нього. У такому випадку більш ефективними стають заходи, направлені на здешевлення матеріально-технічних ресурсів, транспортних тарифів, використання різноманітних форм компенсацій. Такий механізм буде дієвим на першому етапі, доки не складуться певні відносини між сільським господарством та іншими галузями та сферами агропромислового виробництва. Однак цей підхід не виключає, а навпаки, передбачає застосування гарантованих цін при закупках продукції, яка не знаходить збуту за ринковими цінами, проведення товарних закупок, інтервенцій та інших форм регулювання ринку плодово-овочевої продукції.

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, Наказу Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України «Про затвердження Порядку визначення предмета закупівлі» від 17.03.2016 № 454, Закону України «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015 № 922-VIII, Постанови Кабінету Міністрів України «Про здійснення попередньої оплати товарів, робіт і послуг, що закуповуються за бюджетні кошти» від 23.04.2014 № 117.

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.

У наш час 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). Даний Закон визначає основи державної політики у бюджетній, кредитній, ціновій, 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, 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. можна з великою впевненістю відзначити, що даний документ торкається багатьох складних та неоднозначних питань в АПК України, які виникли в перехідний на ринкові відносини період. Але, як ми уже вказували вище, державне регулювання ринком плодово-овочевої продукції має здійснюватися як на державному, так і на регіональному рівнях. І тому дуже важливо, щоб державні виконавчі органи спільно з органами виконавчої влади вжили всі можливі заходи з реалізації основних положень Законів, що приймаються.

Регіональне регулювання ринку плодово-овочевої продукції в сучасних умовах має задіяти всі можливі механізми підвищення реальної відповідальності органів державної влади за виконання зобов'язань з 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 до розділу 3**

1. Раціоналізація організації взаємодії підприємств галузі з малим сільським бізнесом на предмет надання їм маркетингових послуг визначено як ключовий чинник розвитку маркетингової діяльності в переробній промисловості. Об'єднання малих сільських товаровиробників для



налагодження маркетингу в області повинні створюватися в різних організаційно-правових формах за галузевою належністю (за принципом загального охоплення), територіальною ознакою, на основі залучення власних ресурсів (за принципом пропорційності), з підготовкою кадрів відповідної кваліфікації. Виконання даних умов забезпечить необхідну гнучкість в конкурентній боротьбі. Організаційна структура повинна бути побудована з мінімальною кількістю ієрархічних рівнів, а менеджмент має забезпечувати комплексність. Нами також запропоновано підхід до розв'язання проблеми «безприбутковості» характеру поданих формувань, що полягає у розподілі пріоритетів у виконанні власних функцій за етапами власного життєвого циклу із забезпеченням регулювання діяльності з боку засновників. Об'єднання зусиль переробних підприємств дає можливість більш повно забезпечити їм свої господарські та соціальні потреби, ефективно вести виробництво і здійснювати захист власних інтересів у ринковій економіці.

2. Обґрунтовано раціональну кооперативну маркетингову структуру підприємств плодово-овочевої галузі у формі товариства з обмеженою відповідальністю, що забезпечує зацікавленість учасників товариства у нарощуванні капіталу товариства, кооперування управлінських, організаторських здібностей, особистої праці з метою максимально ефективного використання ресурсного потенціалу переробних підприємств в інтересах дрібних товаровиробників на селі. Маркетингова діяльність кооперації повинна бути нерозривно пов'язаною з виробництвом, заготівлею сировини у малих сільських товаровиробників. Для успішної діяльності кооперації необхідний змішаний підхід до управління – «зверху» (за допомогою державних та інших ініціативних представників) і «знизу» (самими суб'єктами ринку). Створення маркетингових структур повинно відбуватись послідовно для запобігання небажаній конкуренції, конфліктам, нестачі і неукомплектованості формувань ресурсами. Особливої уваги потребує забезпечення стратегічної орієнтації на якість наданих послуг при

задоволенні явних і реальних потреб сільського населення у відповідності до проголошених домовленостей. Пропонований підхід до створення маркетингових кооперативів відрізняється від традиційних схем заготівель сировини тим, що тут передбачається застосування лише власних зусиль, розв'язує проблему виробництва продукції багатьох селян – її збут, передбачає певну підтримку сільського населення.

3. Запропоновано схему руху інформації, продукції та грошових коштів при маркетинговому обслуговуванні малих сільських переробних підприємств. Дана схема передбачає взаємодію між підприємствами, що надають маркетингові послуги (ТОВ), переробними підприємствами, малими товаровиробниками, джерелами ресурсів. Визначено спосіб розподілу повноважень, основні процеси суб'єктів, розподіл функцій, завдань, кількісний склад суб'єктів, вимоги до якості, послідовність розподілу інформації, порядок прийняття управлінських рішень, система мотивації у взаємозв'язку та постійному русі при зміні оточуючого маркетингового середовища. Значний потенціал запропонованої розробки підтверджується готовністю керівників переробного бізнесу Вінницької області та сусідніх з нею регіонів до її впровадження, а також позитивними результатами в тих господарствах, де впровадження вже здійснено.

4. Запропоновано механізм підвищення результативності роботи систем формування інвестицій підприємств на основі оптимального поєднання достатності обсягу створеної продукції і мінімуму витрат, що забезпечують необхідність виробництва, беззбиткову роботу і конкурентні переваги. Розробка відрізняється тим, що кількість зв'язків одержуваної системи скорочена шляхом об'єднання її елементів в групи за однорідними ознаками з формуванням порівняно незалежних і відособлених функціональних підсистем. При цьому більшого значення набувають зв'язки між підсистемами, в той час як зв'язки між елементами різних підсистем ігноруються. Функціонування механізму відбувається на основі взаємодії всіх елементів підсистем організаційної структури підприємства, що

утворюють сукупність видів діяльності з накопичення довгострокових вкладень. Розширення завдань механізму від збалансованості капітальних вкладень до забезпечення фінансової стійкості підприємства здійснюється на основі використання інструментів форми розподілу повноважень та паритету в ціноутворенні. В роботі детально описано процеси функціонування механізму з відображенням послідовності підключення окремих блоків, визначенням їх ролі та задач.

5. Задоволення потреби в інвестиційних ресурсах повинно здійснюватись з використанням методу, що, на відміну від поширеного методу прогнозування, передбачає розподіл необхідних коштів на фіксовану частину і частину, що визначається у відповідності до кон'юнктури ринку і вимог підрядників. Залучення джерел інвестицій повинно відбуватись в порядку від найбільш дешевих (прибуток, амортизація), в першу чергу, і до кредитних після дослідження потенціалу використання залучених коштів та проведення аналізу ситуації на грошовому ринку.

6. Для розрахунку інвестиційної привабливості підприємств плодово-овочевої галузі Вінницької області був застосований метод «Дельфі», або метод експертних оцінок. Аналіз здійснено за 18 критеріями, що були ранжовані по мірі зниження відносної важливості. Достовірність результатів підтверджена розрахунком коефіцієнту конкордації. Результати аналізу інвестиційної привабливості підприємств за 18 критеріями показали, що при оцінюванні інвестиційної привабливості потенційні інвестори в першу чергу досліджують грошовий потік, чистий/балансовий прибуток, термін окупності.

7. Запропоновано шляхи розвитку механізму державного регулювання ринку плодово-овочевої продукції в напрямі формування системи 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. Виділено основні цілі, форми, методи, способи, прийоми державного регулювання ринку плодово-

овочевої продукції. Визначено роль державних закупівель, інтервенції, заставних операцій у формуванні механізму удосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі. Запропоновано напрями розвитку цільових комплексних державних програм формування ринкових структур плодово-овочевої галузі. Обґрунтовано необхідність формування державних і регіональних продовольчих фондів для накопичення товарних запасів і проведення інтервенції на ринку плодово-овочевої продукції на основі укладання контрактів із сільськогосподарськими товаровиробниками на поставки продукції із дотриманням визначених умов. Розроблено концептуальний підхід до формування оптової ланки продовольчого ринку, в якому визначено пріоритетність представництва сільськогосподарського товаровиробника в організованих об'єднаннях, переважно кооперативного типу, та створення комплексної товарної пропозиції.

За результатами дослідження, отриманими у III розділі, опубліковано праці автора [64, 65], що наведені у списку використаних джерел.

### **Список використаних джерел до 3 розділу**

1. Ажнюк М. О., Передрій О. С. Основи економічної теорії : навч. посібник. Київ : Знання, 2008. 368 с.
2. Ангелко І. В. Основні джерела формування інвестиційних ресурсів підприємства в умовах його розвитку. *Молодий вчений*. 2015. № 2 (17). С. 893–897.
3. Арасланова А. Зернотрейдеры покидают Украину. *Экономические известия*. 2010. № 23 (1256). URL: [http : // agroua.net/news/news\\_27581.html](http://agroua.net/news/news_27581.html) (дата звернення: 18.06.2019).
4. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. Маркетинг. Москва : Экономика, 2001. 718 с.
5. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.

6. Белоліпецький В. Г. Финансы фирмы : курс лекцій / под ред. И. П. Мерзлякова. Москва : Инфра-М, 2001. 298 с.
7. Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики : учеб. для студентов вузов. Москва : КноРус, 2005. 710 с.
8. Білошицька Г. М., Канінський П. К. Овочівництво – один із важливих пріоритетів у розвитку Агропромислового комплексу України. *Наук. вісн. Національного університету біоресурсів і природокористування України*. Сер. : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. 2012. Вип. 169, Ч. 1. С. 29–34.
9. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: учебный курс. Киев : Ника-Центр, 2002.
10. Бондаренко В. М. Конкурентні переваги підприємств переробної галузі в умовах економічної кризи. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. 2016. № 41. С. 31–37.
11. Бородин Е. И., Голикова Ю. С., Колчина Н. В. Финансы предприятий. Москва : Банки и биржи, 2002. 208 с.
12. Бутенко Н. В. Основы маркетингу : навч. посіб. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. 140 с.
13. Бутко М. П., Родін В. С. Агропромислова інтеграція як шлях активізації аграрного виробництва. *Агросвіт*. 2010. № 3. С. 10–13.
14. Валінкевич Н. В. Удосконалення управління розвитком овочевого виробництва. *Економіка АПК*. 2000. № 1. С. 39–43.
15. Ван Хорн Дж. Основы управления финансами / под ред. И. И. Елисейевой. Москва : Финансы и статистика, 2002. 791 с.
16. Васько Н. А. Альтернативи прямого маркетингу на українському ринку плодоовочевої продукції. *Вісн. аграрної науки Причорномор'я*. 2005. Вип. 2. С. 97–102.
17. Вачевський М. В., Скотний В. Г., Вачевський О. М. Промисловий маркетинг. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 254 с.

18. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 488 с.
19. Гладій М. В. Формування оптового ринку в Україні. *Економіка АПК*. 2007. № 5. С. 41–43.
20. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2007. 191 с.
21. 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\\_Epifanova.pdf](http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/603/1/23-28_3%272009%2846%29_Grabovetslii_Epifanova.pdf) (дата звернення: 02.02.220).
22. Зеляковская В. М., Васильев А. А. Финансовое планирование деятельности промышленного предприятия. Волгоград : РПК «Политехник», 2002. 70 с. (Препринт научного доклада, подготовленного для участия в 39-й научно-практической конференции ВолгГТУ).
23. 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/zbirmik/2010-01/10ioyopu.pdf> (дата звернення: 02.02.2020).
24. Калетнік Г. М., Пришляк Н. В. Державна фінансова підтримка сільськогосподарських товаровиробників. *Економіка АПК*. 2010. № 8. С. 52–55.
25. Ковалев А. М., Лапуста М. Г., Скамай Л. Г. Финансы фирмы. Москва : ИНФРА-М, 2003. 496 с.
26. Количественные методы финансового анализа / под ред. С. Дж. Брауна и М. П. Крицмена. Москва : ИНФРА-М, 2002. 336 с.
27. Коротич О. Б. Динаміка соціально-економічного розвитку України та її регіонів. *Актуальні проблеми державного управління*. 2009. № 1 (35).

URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2009-1/doc/2/04.pdf> (дата звернення: 15.10.2019).

28. Коротич О. Б. Розвиток України в напрямку досягнення європейських стандартів життя. *Державне будівництво*. 2006. № 1. URL: <http://www.nbuuv.gov.ua/ejournals/DeBu/e-book/doc/5/04.pdf> (дата звернення: 16.10.2019).

29. Куденко Н. В. Маркетингове стратегічне планування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.06.01. Київ, 2003. 38 с.

30. Куксов А. Планирование деятельности предприятия. *Экономист*. 2002. № 6. С. 61–67.

31. Кукукина И. Г. Управление финансами. Москва : Юристъ, 2001. 267 с.

32. Маркетинг. Вікіпедія. Вільна енциклопедія : веб-сайт. 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).

33. Методи експертних оцінок. Навчальні матеріали онлайн : веб-сайт. URL: [https://pidruchniki.com/19650323/ekonomika/metodi\\_ekspertnih\\_otsinok](https://pidruchniki.com/19650323/ekonomika/metodi_ekspertnih_otsinok).

34. Мулик Т. О., Брижак І. І. Удосконалення оплати праці на підприємстві. Наукові конференції : веб-сайт. URL: <http://intkonf.org/ken-mulik-t-o-brizhak-i-i-udoskonallya-oplati-pratsi-napidriemstvi> (дата звернення: 15.11.2019).

35. Николаева О., Шишкова Т. Классический управленческий учет : учебник. М. : ЛКИ, 2010. 400 с.

36. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2014 рік. Статистичний бюлетень. Київ : Державна служба статистики України, 2015. 88 с.

37. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг : підручник. Київ : КНЕУ, 2003. 246 с.

38. 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.

39. Попит, пропозиція, їх взаємодія. Навчальні матеріали онлайн : веб-сайт. URL: [https://pidruchniki.com/12570107/ekonomika/popit\\_propozitsiya\\_vzayemodiya](https://pidruchniki.com/12570107/ekonomika/popit_propozitsiya_vzayemodiya).

40. Попит, пропозиція, ринкова ціна. Онлайн гіпермаркет знань : веб-сайт. URL: <https://is.gd/yTeM59> (дата звернення: 01.12.2018).

41. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підтвердження якості та безпечності харчових продуктів і продовольчої сировини : Закон України від 08 вер. 2005 р. № 2863–IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2863-15> (дата звернення: 01.02.2020).

42. 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).

43. 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).

44. 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).

45. 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).

46. Репин В. В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. 512 с.

47. Ринковий попит, ринкова пропозиція і фактори, що на них



впливають. Навчальні матеріали онлайн : веб-сайт. URL: [https://pidruchniki.com/15341220/politekonomiya/rinkoviy\\_popit\\_rinkova\\_propoz\\_itsiya\\_faktori\\_nih\\_vplivayut](https://pidruchniki.com/15341220/politekonomiya/rinkoviy_popit_rinkova_propoz_itsiya_faktori_nih_vplivayut).

48. Румянцева Е. Е. Финансы организаций: финансовые технологии управления предприятием : учеб. пособие. Москва : ИНФРА-М, 2003. 459 с.

49. Рындин А. Г., Шамаев Г. А. Организация финансового менеджмента на предприятии. Москва : Русская деловая литература, 2003. 350 с.

50. Рюттингер Р. Культура предпринимательства. Москва : Эком, 1992. С. 147–158.

51. Саблук П. Т. Економічний механізм АПК у ринковій системі господарювання. *Економіка АПК*. 2007. № 2. С. 3–4.

52. Самойлик Ю. В. Особливості органічного виробництва овочів, плодів і ягід в агроструктурах різного типу. *Вісник СНАУ*. 2016. № 2. С. 73–79.

53. Саталкіна Л. О. Джерела фінансування інвестиційного портфелю підприємства. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 2 (7). С. 181–186.

54. Свободный словарь терминов, понятий и определений по экономике, финансам и бизнесу. Термин : веб-сайт. URL: // <http://termin.bposd.ru/publ/16-1-0-12878> (дата звернення: 08.09.2018).

55. Старовойтов М. К. Современная российская корпорация (организация, опыт, проблемы). Москва : Наука, 2001. 312 с.

56. Статистичний щорічник Вінниччини за 2015 рік. Вінниця : Головне управління статистики у Вінницькій області, 2016. 611 с.

57. Статистичний щорічник України за 2016 рік. Київ : Консультант, 2017. 241 с.

58. Телетов О. С. Маркетинг у промисловості : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 248 с.

59. Ульяновченко О. В. Підвищення конкурентноспроможності аграрного сектору України на кластерних засадах. *Вісник аграрної науки*. 2010. № 10. С. 56–59.

60. Ульяновченко О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку виробництва і переробки винограду в Україні. *Вісник ХНАУ. Сер. Економічні науки*. 2011. № 5. С. 3–10.

61. Флигинских Т. Н. Финансовый аспект развития интегрированных структур. *Економіка АПК*. 2005. № 6. С. 152–154.

62. Чернодон В. І. Відтворення плодючих насаджень як передумова ефективного функціонування галузі. *Економіка АПК*. 2009. № 1. С. 64–67.

63. Швейцарсько-український проект «Розвиток органічного ринку в Україні» (2012–2016 рр.). Органік Бізнес–довідник України : веб-сайт. URL: [http://www.ukraine.fibl.org/fileadmin/documents\\_ukraine/UKRAINE\\_ORGANIC\\_BUSINESS\\_DIRECTORY\\_part2.pdf](http://www.ukraine.fibl.org/fileadmin/documents_ukraine/UKRAINE_ORGANIC_BUSINESS_DIRECTORY_part2.pdf) (дата звернення: 08.08.2018).

64. Шевчук Г. В. The problems in development of fruit and vegetable production and ways of their overcoming. *Антикризове управління: держава, регіон, підприємство* : матеріали міжнар. наук. конф., 1 лист. 2017 р. ЛеМан : LeMans Universite, 2017. С. 58–62.

65. 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.

66. 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).

67. Lubbook : веб-сайт. URL: [http://lubbook.org/book\\_251\\_glava\\_12\\_5.4\\_Metod\\_%E2%80%9CDelfi%E2%80%9D.html](http://lubbook.org/book_251_glava_12_5.4_Metod_%E2%80%9CDelfi%E2%80%9D.html) (дата звернення: 01.12.2019).

68. Nature Agriculture. Mokiti Okada Foundation : веб-сайт. URL: <http://www.fmo.org.br/fmo2/index.html> (дата звернення: 18.12.2019).

69. Vasylieva N. Economic and mathematical evaluation of Ukrainian agrarian market by branches. *Economic Annals–XXI*. 2015. № 9–10. P. 41–44.

70. Willer H., Kilcher L. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2015. IFOAM–FiBL. 2015. 380 p.

## ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі 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, методика 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 плодово-овочевої галузі; представлені основні заходи державної підтримки аграрного сектору в США. Досвід розвинених країн демонструє, що активна державна політика розвитку плодово-овочевої галузі повинна забезпечувати раціональне поєднання сфер виробництва і засобів виробництва, перехід від імпорту плодово-овочевої 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 плодовоовочевої продукції та підвищення інвестиційної привабливості плодовоовочевого виробництва. Результати аналізу стану та тенденцій розвитку економіки плодово-овочевої галузі України свідчать про важливість плодів, ягід та овочів в раціоні всіх вікових груп. Виробництво плодово-овочевої продукції характеризується помірним рівнем прибутковості в останні періоди. Експортна орієнтація вітчизняних підприємств плодово-овочевої 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 плодово-овочевої 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 плодово-овочевої продукції, до яких слід віднести зміцнення матеріально-технічної бази підприємств, забезпечення збуту готової продукції неплатоспроможному населенню, зниження імпорту плодово-овочевої продукції, добре налагоджений маркетинг, розвиток інфраструктури ринку, організація реклами.

5. В результаті аналізу ринку плодовоовочевої 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, підхід до розв'язання проблеми «безприбутковості» характеру поданих формувань. Подано раціональну кооперативну маркетингову структуру підприємств плодово-овочевої галузі, що забезпечує ефективність використання ресурсного потенціалу в інтересах дрібних товаровиробників на селі. 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, беззбиткову 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. Запропоновано шляхи розвитку механізму державного регулювання ринку плодово-овочевої продукції при здійсненні закупівель, інтервенції, заставних операцій. Представлено напрями розвитку цільових комплексних державних програм формування ринкових структур плодово-овочевої галузі.

# ДОДАТКИ



## Додаток А

**СПИСОК НАУКОВИХ ПРАЦЬ**  
за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами  
**Шевчук Ганни Вікторівни**

№ з/п	Назва статті	Характер роботи	Назва видання	Кількість сторінок/др.арк	Прізвища співавторів
<b>Статті у фахових виданнях</b>					
1.	Організаційно-економічний механізм функціонування підприємств плодоовочевої галузі	Стаття	Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського. – 2015. – № 2.	С. 182-187. (0,60 у.д.а.)	-
<b>Статті у фахових виданнях, які включені до міжнародних наукометричних баз</b>					
2.	Сутність, критерії та методологічні підходи до формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі	Стаття	Економіка. Фінанси. Менеджмент. – 2016. – № 12.	С. 101-108. (0,46 у.д.а.)	-
3.	Складові елементи організаційно-економічного механізму функціонування підприємств плодоовочевої галузі	Стаття	Агросвіт. – 2016. – № 15-16.	С. 41-45. (0,42 у.д.а.)	-
4.	Особливості функціонування підприємств плодоовочевої	Стаття	Економіка. Фінанси. Менеджмент. – 2017. – № 10.	С. 156-163. (0,67 у.д.а.)	-



	галузі Вінницької області				
5.	Економічна оцінка зарубіжного та вітчизняного досвіду формування організаційно-економічного механізму підприємств плодоовочевої галузі	Стаття	Ефективна економіка. Дніпровський державний аграрно-економічний університет. – 2017. – № 11.	(0,50 у.д.а.)	-
6.	Problems, development and implementation of the rational marketing structure in enterprises in the fruit and vegetable industry	Стаття	Economics and finance. – 2018. – №9.	С. 121-132. (0,58 у.д.а.)	Бондаренко В. М.
7.	Attraction of investments by the enterprises of the fruit and vegetable industry	Стаття	Colloquium-journal. – 2020. - №6	С. 4-8. (0,47 у.д.а.)	-
8.	Маркетинг як фактор конкурентоспроможності підприємств плодоовочевої галузі	Стаття	Агросвіт. – 2020. – №5	С. 74-78. (0,53 у.д.а.)	Гончарук І. В.
<b>Інші видання</b>					
1.	Сучасний стан та проблеми розвитку плодоовочевої галузі	Тези	Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні агротехнології:	С. 11-13. (0,09 у.д.а.)	Бондаренко В. М.



			тенденції та інновації», 17–18 листопада 2015 р. Вінниця. ВНАУ. – 2015.		
2.	Конкурентоспроможність в галузі плодоовочівництва	Тези	Міжнародна internet-конференція студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність», 20 грудня 2015 р. Харків. ХПІ. – 2015.	С. 51-52. (0,08 у.д.а.)	-
3.	Фактори, що впливають на ефективність організаційно-економічного механізму удосконалення плодово-овочевої галузі	Тези	Міжнародна науково-практична конференція «Стан та шляхи стабілізації фінансово-економічної системи», 26–27 лютого 2016 р. Київ. Аналітичний центр «Нова економіка». – 2016.	С. 58-60. (0,11 у.д.а.)	-
4.	Аналіз ефективності функціонування підприємств плодовоовочевої галузі Вінницької області	Тези	Міжнародна науково-практична конференція «Теорія, практика, зміст інноваційних	С. 14-15. (0,10 у.д.а.)	-



			технологій в сучасній науковій думці», 10 листопада 2017 р. Кропивницький. Міжнародна академія інноваційних технологій. – 2017.		
5.	The problems in development of fruit and vegetable production and ways of their overcoming	Тези	Антикризове управління: держава, регіон, підприємство: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 17 листопада 2017 р. Ле-Ман. Франція. – 2017.	С. 101-103. (0,20 у.д.а.)	-

Всього за темою дисертаційної роботи опубліковано 13 наукових праць загальним обсягом 4,81 др.арк., в тому числі 4,23 др.арк. у наукових фахових виданнях.

Дисертант  
Вчений секретар



«10» березня 2020 р.

Шевчук Г.В.

Льотка Г.І.

## Додаток Б

Таблиця 1

**Посівні площі сільськогосподарських культур в Україні,  
2014-2018 рр., га**

	<b>Роки</b>				
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Культури сільськогосподарські	27239	26902	27026	27585	27699
Культури зернові та зернобобові	14801	14739	14401	14624	14839
у тому числі					
пшениця	6061	6867	6218	6386	6417
жито	185	150	144	171	149
овес	247	213	209	198	197
кукурудза на зерно	4691	4123	4286	4520	4580
просо	103	112	109	58	55
гречка	140	133	154	189	112
рис	10	12	12	13	13
культури зернобобові	227	250	324	506	565
Культури технічні	8437	8350	8852	8259	9266
у тому числі					
<b>буряк цукровий фабричний</b>	<b>331</b>	<b>237</b>	<b>292</b>	<b>316</b>	<b>276</b>
соняшник	5257	5105	6073	6034	6117
ріпак і кольза	882	682	455	789	1042
соя	1806	2158	1869	2000	1716
льон-довгунець	2	2	2	2	1
<b>Картопля, культури овочеві та баштанні продовольчі</b>	<b>1900</b>	<b>1823</b>	<b>1841</b>	<b>1844</b>	<b>1825</b>
у тому числі					
<b>картопля</b>	<b>1348</b>	<b>1291</b>	<b>1312</b>	<b>1323</b>	<b>1319</b>
<b>культури овочеві відкритого ґрунту (без насінників)</b>	<b>463</b>	<b>440</b>	<b>442</b>	<b>439</b>	<b>433</b>
Культури кормові	2101	1990	1932	1858	1769
у тому числі					
коренеплоди кормові (включаючи буряк цукровий кормовий)	216	213	211	208	203
кукурудза кормова	346	309	284	286	258
трави однорічні	408	393	374	353	338
трави багаторічні	1119	1027	995	955	920

\*Джерело: Статистичний збірник «Україна в цифрах»

## Додаток В

Таблиця 2

## Площа, з якої зібрано врожай в Україні, 2014-2018 рр.

	Роки				
	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Культури зернові та зернобобові</b>	14627	14641	14337	14560	14794
у тому числі					
пшениця	6011	6839	6206	6377	6409
жито	183	149	144	171	148
овес	244	211	209	198	196
кукурудза на зерно	4627	4084	4252	4481	4564
просо	99	113	108	56	55
гречка	137	128	154	185	113
рис	10	12	12	13	13
культури зернобобові	225	247	321	504	556
<b>буряк цукровий фабричний</b>	<b>330</b>	<b>237</b>	<b>291</b>	<b>314</b>	<b>275</b>
соняшник	5212	5166	6087	6061	6167
ріпак і кольза	865	671	449	786	1039
соя	1793	2136	1859	1982	1729
льон-довгунець (волокно)	1	1	2	1	1
<b>картопля</b>	<b>1343</b>	<b>1291</b>	<b>1312</b>	<b>1323</b>	<b>1320</b>
<b>культури овочеві</b>	<b>464</b>	<b>447</b>	<b>447</b>	<b>446</b>	<b>440</b>
корнеплоди кормові (включаючи буряк цукровий кормовий)	217	214	208	206	203
кукурудза кормова	347	308	284	288	259
трави однорічні на сіно	263	267	262	253	234
трави багаторічні на сіно	858	819	805	774	758

\*Джерело: Статистичний збірник «Україна в цифрах»

## Додаток Г

Таблиця 3

**Виробництво сільськогосподарських культур за категоріями господарств в Україні, 2014-2018 рр.**

Сільськогосподарські підприємства					
	Роки				
	2014	2015	2016	2017	2018
культури зернові та зернобобові	49902	46507	52022	47905	56096
<b>буряк цукровий фабричний</b>	<b>14599</b>	<b>9554</b>	<b>13349</b>	<b>14227</b>	<b>13317</b>
соняшник	8682	9549	11730	10597	12194
<b>картопля</b>	<b>759</b>	<b>456</b>	<b>468</b>	<b>429</b>	<b>416</b>
культури овочеві	1341	1282	1323	1344	1357
культури плодові та ягідні	332	412	370	334	556
виноград	241	206	221	240	263

Господарства населення					
	Роки				
	2014	2015	2016	2017	2018
культури зернові та зернобобові	13957	13619	14066	14012	13961
<b>буряк цукровий фабричний</b>	<b>1135</b>	<b>777</b>	<b>662</b>	<b>655</b>	<b>651</b>
соняшник	1452	1632	1897	1639	1971
<b>картопля</b>	<b>22934</b>	<b>20383</b>	<b>21282</b>	<b>21779</b>	<b>22088</b>
культури овочеві	8297	7932	8092	7942	8083
культури плодові та ягідні	1667	1741	1637	1714	2015
виноград	195	180	157	170	205

\*Джерело: Статистичний збірник «Україна в цифрах»

## Додаток Д

Таблиця 4

**Споживання продуктів харчування (на одну особу за рік, кг), в Україні,  
2014-2018 рр.**

	Роки				
	2014	2015	2016	2017	2018
м'ясо і м'ясопродукти (у перерахунку на м'ясо включаючи сало і субпродукти у натурі)	54	51	51	52	53
молоко і молочні продукти (у перерахунку на молоко)	223	210	210	200	198
яйця, шт	310	280	267	270	275
риба і рибодукти	11,1	8,6	9,6	10,8	11,8
цукор	36	36	33	30	30
олія	13,1	12,3	11,7	11,7	11,9
<b>картопля</b>	<b>141</b>	<b>138</b>	<b>140</b>	<b>143</b>	<b>139</b>
<b>овочі та баштанні продовольчі культури</b>	<b>163</b>	<b>161</b>	<b>164</b>	<b>160</b>	<b>164</b>
<b>плоди, ягоди та виноград (без переробки на вино)</b>	<b>52</b>	<b>51</b>	<b>50</b>	<b>53</b>	<b>58</b>
хлібні продукти (хліб, макаронні вироби у перерахунку на борошно; борошно, крупи, бобові)	109	103	101	101	100

*\*Джерело: Статистичний збірник «Україна в цифрах»*





## Продовження табл. 5

Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, в тому числі:									
прибуток	186021	250077	197063	181755	85936	-53,80	-65,64	-65,39	-52,72
збиток	0	0	0						
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-33484	-54175	-35468	-32716	-15468	-53,80	-71,45	-56,39	-52,72
Чистий фінансовий результат, в тому числі:									
прибуток	152537	195902	161595	149039	70468	-53,80	-64,03	-56,39	-52,72
збиток	0	0	0	0	0	0	0	0	0

\* Джерело: укладено автором

## Додаток Ж

Таблиця 6

## Фінансові результати діяльності підприємства ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»

Показники	Роки					Відносне відхилення, %			
	2014	2015	2016	2017	2018	2018/2014	2018/2015	2018/2016	2018/2017
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	50463	68972	81988	94312	117658	133,16	70,60	43,51	24,76
Собівартість реалізованої продукції	38734	52666	61456	69646	87490	125,87	66,12	42,36	25,62
Валовий прибуток	11729	16307	20532	24666	30168	157,21	85,00	46,93	22,31
Валовий збиток	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інші операційні доходи	285	698	1565	1953	3520	1135,09	404,30	124,92	80,24
Адміністративні витрати	2174	2105	2856	3443	4394	102,12	108,74	53,85	27,62
Витрати на збут	6177	7629	9632	12719	16993	175,10	122,74	76,42	33,60
Інші операційні витрати	399	823	1765	2092	2889	624,06	251,03	63,68	38,10
Фінансові результати від операційної діяльності, в тому числі:									
прибуток	3264	6448	7844	8365	9412	188,36	45,97	19,99	12,52
збиток	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інші фінансові доходи, в тому числі інші доходи	87	181	702	648	299	243,68	65,19	-57,41	-38,22
Фінансові витрати	26	2	0	16	186	615,39	9200	Діл. на 0	1062,50

## Продовження табл. 6

Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, в тому числі:									
прибуток	3325	6627	8546	8996	9530	186,62	43,81	11,52	5,94
збиток	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-646	-1249	-1546	-1620	-1724	166,87	38,03	11,51	6,42
Чистий фінансовий результат, в тому числі:									
прибуток	2679	5378	7000	7376	7806	191,38	45,15	11,52	5,83
збиток	0	0	0	0	0	0	0	0	0

\* Джерело: укладено автором

## Додаток И

Таблиця 7

## Фінансові результати діяльності підприємства ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ», тис. грн.

Показники	Роки					Відносне відхилення, %			
	2014	2015	2016	2017	2018	2018/2014	2018/2015	2018/2016	2018/2017
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	18518	22740	9622	7693	4911	-73,48	-78,40	-48,96	-36,16
Собівартість реалізованої продукції	16543	19562	7230	6980	5568	-66,34	-71,54	-22,99	-20,23
Валовий прибуток	1975	3178	2392	713	-	-	-	-	-
Валовий збиток	0	0	0	0	657	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0
Інші операційні доходи	3168	682	2333	2495	6166	94,63	804,11	164,30	147,13
Адміністративні витрати	886	1339	1585	1739	2033	129,46	51,83	28,27	16,91
Витрати на збут	416	361	299	1078	2072	398,08	473,96	592,98	92,21
Інші операційні витрати	3488	1173	2695	93	1121	-67,86	-4,43	-58,41	1105,38
Фінансові результати від операційної діяльності, в тому числі:									
прибуток	353	987	146	298	283	-19,83	-71,33	93,84	-5,03
збиток	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інші фінансові доходи, в тому числі інші доходи	16	0	0	0	0	0	0	0	0
Фінансові витрати	278	413	143	184	382	37,41	-7,51	167,13	107,61

## Продовження табл. 7

Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, в тому числі:									
прибуток	91	574	3	114	0	-	-	-	-
збиток	0	0	0	0	99	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	0	-126	0	0	0	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0
Чистий фінансовий результат, в тому числі:									
прибуток	91	448	3	114	0	-100	-100	-100	-100
збиток	0	0	0	0	99	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0

\* Джерело: укладено автором



Продовження табл. 8

Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, в тому числі:									
прибуток	8371	6046	4575	873	0	-100	-100	-100	-100
збиток	0	0	0	0	1688	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	0	0	1617	-147	0	Діл. на 0	Діл. на 0	-100	-100
Чистий фінансовий результат, в тому числі:									
прибуток	8371	6046	2958	726	0	-100	-100	-100	-100
збиток	0	0	0	0	1688	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0	Діл. на 0

\* Джерело: укладено автором



## Додаток Л

Таблиця 9

## Факторний аналіз рентабельності підприємства ТОВ «Агрона Фрут Україна»

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	Відносне відхилення, %			
						2018 до 2014	2018 до 2015	2018 до 2016	2018 до 2017
Доходи, тис. грн.	558133	853633	754988	685968	1033450	85,16	21,06	36,88	50,66
Витрати, тис. грн.	338628	549381	593393	657031	962982	184,38	75,28	62,28	46,57
Прибуток, тис. грн.	152537	195902	161595	136512	123601	-18,97	-36,91	-23,51	-9,46
Витрати на 1 гривню доходу	0,61	0,64	0,79	0,96	0,93	52,46	45,31	17,72	-3,13

Показники	2018 до 2017	2018 до 2016	2018 до 2015	2018 до 2014
Коефіцієнт співвідношення витрат	1,47	1,62	1,75	2,84
Зміна прибутку за рахунок зміни витрат, тис. грн.	0,47	100188,9	146926,5	281243,94
Коефіцієнт співвідношення доходу	1,51	1,37	1,21	1,85
Зміна прибутку за рахунок зміни доходу, тис. грн.	0,04	-40398,75	-105787,08	-151011,63
Зміна прибутку за рахунок витрат на 1 грн. доходу, тис. грн.	20669	-144683,0	-299700,5	-330704,0
Загальна сума впливу на зміну прибутку	20669,51	-84892,85	-258561,08	-200471,69

\* Джерело: укладено автором

## Додаток М

Таблиця 10

## Факторний аналіз рентабельності підприємства ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	Відносне відхилення, %			
						2018 до 2014	2018 до 2015	2018 до 2016	2018 до 2017
Доходи, тис. грн.	50835	69852	84255	95293	119758	135,58	71,45	42,14	25,67
Витрати, тис. грн.	46838	61976	74163	87901	111766	138,62	80,34	50,70	27,15
Прибуток, тис. грн.	2679	5378	7000	7228	7806	191,38	45,15	11,52	8,00
Витрати на 1 гривню доходу	0,92	0,89	0,88	0,92	0,93	1,09	4,50	5,68	1,09

Показники	2018 до 2017	2018 до 2016	2018 до 2015	2018 до 2014
Коефіцієнт співвідношення витрат	1,27	1,51	1,80	2,39
Зміна прибутку за рахунок зміни витрат, тис. грн.	0,27	3570	4302,4	3723,81
Коефіцієнт співвідношення доходу	1,26	1,42	1,72	2,36
Зміна прибутку за рахунок зміни доходу, тис. грн.	-0,01	-63	-430,24	-80,37
Зміна прибутку за рахунок витрат на 1 грн. доходу, тис. грн.	-1197,58	-5987,90	-4790,32	-1197,58
Загальна сума впливу на зміну прибутку	-1197,32	-2480,90	-918,16	2445,86

\* Джерело: укладено автором

## Додаток Н

Таблиця 11

## Факторний аналіз рентабельності підприємства ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ-ВІННИЦЯ»

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	Відносне відхилення, %			
						2018 до 2014	2018 до 2015	2018 до 2016	2018 до 2017
Доходи, тис. грн.	21702	23422	11955	10188	11077	-48,96	-52,71	-7,34	8,73
Витрати, тис. грн.	21333	22309	11809	9890	10794	-49,40	-51,62	-8,60	9,14
Прибуток, тис. грн.	91	448	3	114	-99	-208,79	-122,10	-3400	-186,84
Витрати на 1 гривню доходу	0,98	0,95	0,99	0,97	0,97	-0,01	2,11	-2,02	0

Показники	2018 до 2017	2018 до 2016	2018 до 2015	2018 до 2014
Коефіцієнт співвідношення витрат	1,09	0,91	0,51	0,51
Зміна прибутку за рахунок зміни витрат, тис. грн.	0,09	-0,27	-219,52	-44,59
Коефіцієнт співвідношення доходу	1,09	0,93	0,43	0,51
Зміна прибутку за рахунок зміни доходу, тис. грн.	0	0,06	-17,92	0
Зміна прибутку за рахунок витрат на 1 грн. доходу, тис. грн.	0	221,54	-221,54	110,77
Загальна сума впливу на зміну прибутку	0,09	221,33	-458,98	66,18

\* Джерело: укладено автором

## Додаток II

Таблиця 12

## Факторний аналіз рентабельності підприємства ПрАТ «Могилів-Подільський консервний завод»

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	Відносне відхилення, %			
						2018 до 2014	2018 до 2015	2018 до 2016	2018 до 2017
Доходи, тис. грн.	142997	138921	171507	131731	159652	11,65	14,92	-6,91	21,20
Витрати, тис. грн.	125003	127645	165315	127319	155718	24,57	21,99	-5,81	22,31
Прибуток, тис. грн.	8371	6046	2958	726	-1688	-120,17	-127,92	-157,07	-332,51
Витрати на 1 гривню доходу	0,87	0,92	0,96	0,97	0,98	12,64	6,52	2,08	1,03

Показники	2018 до 2017	2018 до 2016	2018 до 2015	2018 до 2014
Коефіцієнт співвідношення витрат	1,22	0,94	1,22	1,25
Зміна прибутку за рахунок зміни витрат, тис. грн.	0,22	-177,48	1330,12	2092,75
Коефіцієнт співвідношення доходу	1,21	0,93	1,15	1,12
Зміна прибутку за рахунок зміни доходу, тис. грн.	-0,01	-29,58	-423,22	-1088,23
Зміна прибутку за рахунок витрат на 1 грн. доходу, тис. грн.	-1596,52	-3193,04	-9579,12	-17561,72
Загальна сума впливу на зміну прибутку	-1596,31	-3400,1	8672,22	-16557,2

\* Джерело: укладено автором

## Додаток Р

Таблиця 13

## 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 запасів	60	50	50	40	60	80	50	50	70	80	50	70	50	70	60	50	50	60	50	70

Продовження табл. 13

11. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	70	80	60	70	50	70	80	70	50	60	70	80	70	60	60	70	70	80	70	80
12. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	60	50	60	50	40	50	40	60	50	40	40	70	60	50	70	60	50	40	50	50
13. Рентабельність основних засобів	50	70	90	60	70	70	60	80	50	70	50	60	70	60	50	50	70	60	60	50
14. Рентабельність реалізованої продукції	60	70	60	60	60	70	90	60	60	70	60	80	70	70	60	50	80	60	50	60
15. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	90	60	80	70	60	90	90	80	70	50	90	50	90	60	50	80	70	90	60	70
16. Коефіцієнт фінансової стійкості	60	70	60	60	80	80	70	80	90	90	60	70	80	60	50	60	70	60	70	90
17. Термін окупності	100	70	100	100	90	100	80	100	100	70	90	100	100	80	100	90	90	90	100	100
18. Діагностика ймовірності банкрутства підприємства	60	50	50	70	60	50	30	30	50	40	50	60	60	60	50	50	40	50	40	50

\* Джерело: укладено автором

## Додаток С

Таблиця 14

## 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: укладено автором

## Додаток Т

Таблиця 15

## 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. Фондовіддачі	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 доходності	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 запасів	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



Продовження табл. 15

11. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	5,5	2,5	10	5	14	9	4,5	8	11	11	7	5,5	7,5	10,5	8	6	7,5	3,5	6	6,5
12. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	9,5	15	10	13,5	16,5	14	15	11,5	11	16	17	9	11	15	5	9	13,5	17	13	15
13. Рентабельність основних засобів	14,5	6,5	3	8,5	7,5	9	9	4,5	11	6,5	14	11,5	7,5	10,5	12,5	13,5	7,5	8	9,5	15
14. Рентабельність реалізованої продукції	9,5	6,5	10	8,5	11,5	9	2	11,5	7	6,5	10,5	5,5	7,5	6	8	13,5	3	8	13	11,5
15. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	2	11,5	5	5	11,5	2,5	2	4,5	5	13,5	2,5	14,5	3	10,5	12,5	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	10,5	9	4,5	10,5	12,5	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. Ймовірності банкрутства підприємства	9,5	15	15	5	11,5	14	17,5	18	11	16	14	11,5	11	10,5	12,5	13,5	16	13	15,5	15

\* Джерело: укладено автором

## Додаток У. 1

Таблиця 16

## Показники порівняльної важливості напрямів

Напрямок (фактори, параметри)	Найменування показників						
	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						
	$S_j$	$\bar{S}_j$	$\bar{\mu}_j$	$K100j$	$W_j$	$L_j$	$Kae_j$
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

*Продовження табл. 16*

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: укладено автором*

Таблиця 16

## 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	1	2	3	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	5	1
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	1	1	1	1	2	2	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	0	1	0	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
Фондоємність	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

## Додаток Ф



УКРАЇНА  
ЧЕЧЕЛЬНИЦЬКА РАЙОННА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ  
ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

24800, смт.Чечельник, вул.Героїв Майдану 31, тел.2-14-63, 2-21-71 факс 2-21-71  
E-mail: rda\_chechelnyk@vin.gov.ua

Вих. № 03-03-08-153 від \_\_\_\_\_ рік  
На № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ року

## ДОВІДКА

про використання результатів дисертаційного дослідження

Шевчук Ганни Вікторівни

«МЕХАНІЗМ УДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМТСТВ  
ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОЇ ГАЛУЗІ»

В роботі Відділу міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Чечельницької районної державної адміністрації, використовуються наукові розробки, що викладені і обґрунтовані у дисертаційній роботі Шевчук Ганни Вікторівни. Зокрема, щодо визначення пріоритетних галузей вкладення інвестиційних ресурсів та прогнозування обсягів попиту та пропозиції інвестиційних ресурсів за галузями аграрного виробництва.

Дані пропозиції враховані при розробці Стратегії збалансованого розвитку Чечельницького району на період до 2020 року (нова редакція) та Програмі економічного і соціального розвитку Чечельницького району на 2019 рік.

Перший заступник голови  
Чечельницької райдержадміністрації



В.Савчук

## Додаток X



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
 ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
 вул. Сонячна, 3, м. Вінниця, 21008, тел. (0432) 46-00-03,  
 email: office@vsau.org, rector@vsau.org, код ЄДРПОУ 00497236

24 лютого 2020 р. № 01.1-60-360  
 на № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_

## ДОВІДКА

про впровадження результатів наукових досліджень  
 дисертаційної роботи Шевчук Ганни Вікторівни  
 на тему: «Механізм удосконалення функціонування підприємств  
 плодово-овочевої галузі»

Повідомляємо, що наукові розробки Шевчук Ганни Вікторівни за вказаною темою кандидатської дисертації мають практичну цінність, що зумовило їх впровадження у навчально-методичний процес та наукову роботу кафедри економіки факультету економіки та підприємництва.

Положення дисертаційної роботи використовується при викладанні окремих частин навчальних дисциплін «Економіка підприємства», «Підприємництво», «Мікроекономіка», «Економіка аграрного виробництва», «Економічна теорія».

Довідка видана для представлення у спеціалізовану вчену раду за місцем захисту Г.В. Шевчук дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук.

Розглянуто та затверджено на засіданні науково-методичної комісії Вінницького національного аграрного університету від 14 лютого 2020 року протокол №8.

Ректор



В.А. Мазур

№ 0000316

Вик.: Ромигайло І.Ю.

## Додаток Ц



## ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ – ВІННИЦЯ»

ЗКПО 30453415 вул.Скалецького,15 «Вінницька регіональна дирекція» ПАТ «МІБ» м.Вінниця МФО 380582  
р/р 26000020307831 св. № 100286079 ІПН. 304534102280 тел. 68-13-67, 67-01-35 факс 55-07-78

01.02.18 101/02-18

## ДОВІДКА

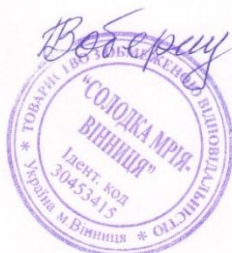
про впровадження наукових результатів дослідження

Шевчук Ганни Вікторівни

Дана довідка засвідчує, що матеріали кандидатської дисертації Шевчук Ганни Вікторівни, у яких розглядаються питання удосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі, впроваджено на ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ-ВІННИЦЯ» м. Вінниця.

Зокрема, Шевчук Г.В. запропоновані методичні підходи щодо моніторингу та аналітичного забезпечення ефективного функціонування плодово-овочепереробних підприємств регіону.

ДИРЕКТОР



В.Ф. ПОБЕРЕЖНА



## Додаток Ш



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ  
«ОРГАНІК-Д»

код ЄДРПОУ 41719602; ПІН 417196002213; 23320, Вінницька область, Тиврівський район, смт. Сутиски,  
вул. Жовтнева, 118; р/р 26006587978 АТ «Райфайзен Банк Аваль», МФО 380805  
e-mail: [organik.d.ltd@gmail.com](mailto:organik.d.ltd@gmail.com); тел.(096) 584 34 89

вих. № 19 від 04.06.2018 р.

Довідка

Дана довідка засвідчує, що матеріали кандидатської дисертації Шевчук Ганни Вікторівни, у яких розглядаються питання удосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі, впроваджено на ТОВ «Органік-Д» смт. Сутиски, Тиврівський р-н, Вінницька обл.

Зокрема, Шевчук Г.В. запропоновані організаційно-економічні заходи щодо підвищення ефективності діяльності підприємств плодово-овочевої галузі.

Директор ТОВ «ОРГАНІК-Д»



Кричковський В.Ю.



## Додаток Ш



03.07.18 №03/07-18

## Довідка

**про впровадження результатів дисертаційного дослідження  
Шевчук Ганни Вікторівни**

Дана довідка засвідчує, що матеріали кандидатської дисертації Шевчук Ганни Вікторівни, у яких розглядаються питання удосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі, впроваджено на ТОВ «Агрона Фрут Україна» м. Вінниця

Зокрема, Шевчук Г.В. запропоновані в дисертації напрями підвищення ефективності організаційно-економічного механізму на плодово-овочевому переробному підприємстві передбачають оптимальний вибір форми функціонування механізму, удосконалення його складових та забезпечення стійких взаємозв'язків між ними.

Генеральний директор



Семенюк В.В.

## Додаток Ю



21022 Вінницька обл. м Вінниця вул. Айвазовського 28; Тел/факс 0432 507-077  
р/р 26008010011976 АБ «Південний», м. Одеса, МФО 328209 ЄДРПОУ 40316631 ПІН 403166302287

вих. № 48/10/18 від 26.10.18р.

**Довідка**  
**про впровадження результатів дисертаційного дослідження**  
**Шевчук Ганни Вікторівни**

Дана довідка засвідчує, що матеріали кандидатської дисертації Шевчук Ганни Вікторівни, у яких розглядаються питання удосконалення функціонування підприємств плодово-овочевої галузі, впроваджено на ТОВ «Фруктона-ВН» м. Вінниця.

Зокрема, значущу практичну цінність для підприємства має сутність поняття організаційно-економічного механізму, що на відміну від наявних розглядається як комплекс заходів щодо організації, планування, стимулювання, регулювання та контролю розвитку економічних процесів в системі господарювання;

Директор



К. Е. Кузьменко