

Таблиця 1

Динаміка державної підтримки на розвиток ОТГ та розбудову їх інфраструктури в Україні за 2014-2017 рр.\*

| Показник / рік                                                         | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|
| Обсяг державної підтримки на розвиток ОТГ, млрд грн, зокрема:          | 0,5  | 3,7  | 7,3  | 14,9 |
| субвенція на соціально-економічний розвиток, млрд грн                  | 0,5  | 0,8  | 3,3  | 5,0  |
| <i>питома вага в обсязі державної підтримки, %</i>                     | 100  | 21,6 | 45,2 | 33,5 |
| кошти Державного фонду регіонального розвитку, млрд грн                | -    | 2,9  | 3,0  | 3,5  |
| <i>питома вага в обсязі державної підтримки, %</i>                     | -    | 78,4 | 41,1 | 23,5 |
| субвенція на інфраструктуру об'єднаних територіальних громад, млрд грн | -    | -    | 1,0  | 1,5  |
| <i>питома вага в обсязі державної підтримки, %</i>                     | -    | -    | 13,7 | 10,1 |
| субвенція на розвиток медицини в сільській місцевості, млрд грн        |      |      |      | 4,0  |
| <i>питома вага в обсязі державної підтримки, %</i>                     | -    | -    | -    | 26,4 |
| кошти на будівництво футбольних полів, млрд грн                        | -    | -    | -    | 0,27 |
| <i>питома вага в обсязі державної підтримки, %</i>                     | -    | -    | -    | 1,8  |
| кошти ЄС на підтримку секторальної регіональної політики, млрд грн     |      |      |      | 0,65 |
| <i>питома вага в обсязі державної підтримки, %</i>                     |      |      |      | 4,3  |

\* Складено та розраховано автором на підставі даних [1].

Проблемою, на нашу думку, є те, що основу доходів бюджетів ОТГ в Україні до цих пір складають не місцеві податки і збори, а загальнодержавні. Враховуючи, що органи місцевого самоврядування не мають прямого впливу на їх регулювання, то вони фактично обмежені у формуванні власної фінансової бази. Причому частково дану ситуацію консервує сама місцева влада, неактивно займаючись питаннями місцевого оподаткування (зокрема, справляння з нерухомого майна), оскільки не бажає приймати непопулярні рішення (у тому числі фіскально-адміністративні: особливо в частині контролю за площами споруд, їх відповідністю планам забудови, тощо).

Вихід із зазначеної ситуації можливий на основі двовекторного рішення:

– запровадження змін до податкового

кодексу, за якими вводились би місцеві надбавки до ставок загальнодержавних податків і зборів, що дозволило б не передавати частину загальнодержавних надходжень на місцевий рівень, а формувати доходи місцевих громад на основі власних рішень, зі всією повнотою відповідальності, можливостями регулюючого впливу на соціальний стан і економічну активність на відповідній території;

– скасування будь-яких субвенцій і дотацій з державного бюджету на місцевий рівень у випадках, коли можливості місцевого оподаткування використані не повною мірою (запроваджені рішення місцевої влади, що призвели до втрат потенційно можливих надходжень).

Список використаних джерел:

1. Офіційний веб-сайт Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://minregionbud.gov.ua>.

УДК 336.6

## ФІНАНСОВІ ТА СОЦІАЛЬНІ РЕЗУЛЬТАТИ ВИРОБНИЦТВА ШВИДКОЗМОРОЖЕНИХ ПЛОДООВОЧЕВИХ ПРОДУКТІВ

Белінська С. О. – д.т.н., професор

*Київський торговельно-економічний університет*

Формування ринку швидкозаморожених плодовоочевих продуктів (ШЗПП) в Україні характеризується збереженням низької економічної ефективності виробництва за умови зниження купівельної спроможності населення, низькою адаптивністю підприємств до дифузії

інновацій щодо ефективних виробничих, маркетингових, управлінських технологій в процесі виробництва. При цьому спостерігається позитивне оцінювання в суспільстві перспективності ринку швидкозаморожених плодовоочевих продуктів в Україні для

забезпечення «здорового» харчування.

Ефективність заходів управління безпечністю та якістю швидкозаморожених плодоовочевих продуктів оцінюється комплексно – за сукупністю фінансово-економічних та соціальних складових ефективності, а саме: фінансових результатів безпосередньо у сфері матеріального виробництва даного виду бізнесу, соціальних результатів, які мають економічну основу або ж опосередковану економічну основу.

Результат управління якістю швидкозаморожених плодоовочевих продуктів виявляється у поліпшенні смакових властивостей продуктів, їхньої харчової й біологічної цінності, максимальній готовності до споживання тощо. Оскільки населення використовує харчові продукти для забезпечення фізіологічних потреб, то, природно, що у цьому випадку передусім вирішується соціальна задача. Гарантована якість і безпечність швидкозаморожених плодоовочевих продуктів, розширення асортименту натуральних продуктів забезпечує отримання соціального ефекту, який пов'язаний також із збереженням здоров'я, підвищенням продуктивності праці, економією часу на домашнє приготування страв. При цьому слід враховувати, що цінність такого результату не завжди може бути визначеною у вартісних показниках.

Основними соціальними результатами виробництва швидкозаморожених плодоовочевих продуктів гарантованої якості й безпечності є:

- задоволення очікуваних потреб населення у їх безпечності;
- задоволення очікуваних потреб населення у їхніх органолептичних властивостях;
- задоволення попиту на натуральні харчові продукти;
- поліпшення здоров'я людей шляхом споживання натуральної безпечної корисної їжі, що проявляється у продовженні тривалості та підвищенні якості життя;
- збереження здоров'я населення та підвищення його працездатності;
- вивільнення часу людини за рахунок зменшення його затрат на приготування страв у домашніх умовах, що, поза сумнівом, у свою чергу сприяє більш повному задоволенню духовних потреб суспільства та всебічного розвитку людини.

Показниками, які характеризують соціальний ефект, є: широта асортименту, яка досягається за рахунок виробництва нових продуктів з урахуванням потреб споживачів, градація продуктів за сортами, гарантована

безпечність, біологічна й харчова цінність, підвищений ступінь готовності продуктів до споживання. Отже, можна стверджувати, що в цьому випадку соціальний ефект від підвищення якості й безпечності продукції в першу чергу має місце у сфері споживання й носить в основному прихований економічний характер, який виражається у низці соціальних наслідків.

Фінансовими результатами у сфері матеріального виробництва є зниження витрат, пов'язаних із виробництвом і зберіганням швидкозаморожених плодоовочевих продуктів, забезпечення виправданого рівня прибутковості. Результати розрахунку рентабельності та економічної ефективності виробництва й зберігання швидкозаморожених плодоовочевих продуктів засвідчує, що високий рівень рентабельності й економічної ефективності забезпечується при зберіганні продукції протягом 6-ти місяців, що відповідає періоду максимальних обсягів реалізації ШЗПП, а виробництво нових ШЗПП є економічно обґрунтованим і забезпечує отримання підприємством-виробником достатньо високого фінансового результату.

За результатами маркетингових досліджень реалізація заморожених овочів, придатних до споживання відразу після розморожування, користується значно більшим попитом населення, порівняно з продукцією, котра потребує попередньої кулінарної обробки.

Слід вказати на те, що маркетингова діяльність щодо даного виду продукції має певну специфіку. Покупців цікавлять такі характеристики продукції, як її вітамінна цінність, безпечність, відсутність консервантів та штучних барвників, що свідчить про зростання споживачами вимог до харчових продуктів.

Також потрібно відзначити, що попит на нові види заморожених плодоовочевих продуктів значно залежав від пори року. Так, реалізація у зимово-весняний період (грудень-квітень) складала 83 % від загального продажу, а у весняно-осінній період (травень-листопад) знижувалась до 17 %. Останній ефект пов'язаний з насиченням ринку в цей час широким асортиментом свіжої плодоовочевої сировини. Отже, при визначенні обсягів виробництва заморожених плодоовочевих продуктів слід враховувати чітко виражену сезонність попиту на даний вид продукції і при її реалізації орієнтуватися перш за все на зимово-весняний період.

Як показав проведений нами аналіз собівартості продукції, структура складалась переважно з витрат на сировину та матеріали (витрати досягали 40 і більше відсотків від

загальних витрат). Значними були також витрати на заморожування та зберігання, а підвищення цін на енергоносії сприяло зростанню собівартості на 5-7 %.

Продовження терміну зберігання замороженої продукції об'єктивно призводило до зростання собівартості продукції та зниження прибутку.

Як показали результати дослідження, продовження терміну зберігання до 9 місяців супроводжувалось зростанням собівартості від 30 до 60 % в залежності від виду продукції.

УДК 631.115.8

## ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА РОЛЬ СПІВРОБІТНИЦТВА АГЕНТІВ СУЧАСНОГО РИНКУ

Мороз О. В. – д.е.н., професор

*Вінницький національний технічний університет*

Обґрунтування галузевої кооперації стало одним з основних напрямків економічної науки в Україні вже з 90-х рр. до нині, де у всіх без виключення чисельних публікаціях і дисертаціях робилися висновки про перспективність зазначеного. Проте парадоксом ситуації можна вважати практично повну відсутність практики кооперації у вітчизняному сільському господарстві з огляду на масштабність зазначених процесів у світі. Певним негативним феноменом є те, що фінансово-економічна ефективність кооперації, здавалося б, має незаперечне підтвердження, проте цей інститут не виник, чи не трансплантувався і не прижився в Україні. Все це стосується і вітчизняного овочівництва. Тому одним з завдань наших досліджень вважали вивчення причин ситуації.

Перша гіпотеза досліджень будувалася на припущенні про те, що процеси кооперації, з огляду на їхню природність як форми співпраці між економічними агентами, все ж таки має місце в Україні в якихось особливих формах, можливо якихось архаїчних. З метою пошуку відповіді на це питання нами влітку 2017 р. було проведено опитування 1217 агентів, що було ототожені з власниками, керівниками, менеджерами, фахівцями підприємств в галузі овочівництва по Вінницькій обл. Таку інформацію було зібрано в обласних та районних управліннях сільського господарства області (близько 90 %), а також в Інтернет-мережі (близько 10 %). Така кількість респондентів стосувалася 17 с. г. підприємств, 45 ФГ та 933 ОГН (останні здійснювали в останні роки товарне виробництво овочів). В розісланих анкетах ставилися питання про те, чи агенти здійснювали у своїй практиці заходи господарської діяльності у співпраці з іншими групами партнерів; ставилося питання про

Таким чином, результати аналізу показали достатньо високу економічну ефективність виробництва і реалізації замороженої продукції. Такі висновки ґрунтуються на вивченні попиту на продукцію даного виду і потенційних можливостей освоєння ринку даних товарів в Україні.

На наш погляд, у перспективі виробництво даної продукції може здійснюватись з високою ефективністю малими підприємствами, орієнтованими на внутрішній ринок.

детальний опис таких заходів і партнерів, що могло б надати інформацію про зміст та інтенсивність кооперування. Було отримано 354 відповіді, у т.ч. 20 % – за безпосередньої участі авторів в опитуваннях, що загалом становило близько 30% від попередньо очікуваної кількості.

Отже, з 354 варіантів відповідей було відзначено, що: близько 11 % – об'єднувалися для купівлі засобів хімізації (пестицидів, мінеральних добрив), у т.ч. 9 % – пестицидів з огляду на те, що великі оптові партії є дешевшими; 4 % – об'єднувалися для купівля тракторів і с.-г. техніки; 17 % – в процесі здійснення основного обробітку ґрунту (наймали трактори для оранки спільно); 16 % – для вирощування розсади, посадкового матеріалу; 25 % – в процесі здійснення транспортних перевезень; 31 % – для торгівлі і збуту продукції. Слід підкреслити, що в усіх вказаних випадках формальних контрактів не укладалося, при цьому більше 90 % партнерів кооперування – це були родичі та близькі.

Таким чином, навіть такі достатньо фрагментарні дані свідчать про те, що реального кооперування у вітчизняному овочівництві як масового явища не має, є скоріше поодинокі дії як правило серед родичів в межах бізнесу сімейного типу. Звідси загалом у класичному вигляді у галузі кооперація не є детермінантним фактором ефективності виробничих та ринкових відносин.

Натомість можна впевнено стверджувати, що, безумовно, є величезний потенціал до кооперування. Але хотіли б наголосити на висвітленні суті проблеми та можливостей її вирішення дещо з інших позицій.

Так, вважаємо, що кооперування відбиває більш глибокий за змістом процес – здатність до