

УДК 657.471.66-047.44:338.432:635

Н. А. Правдюк,
 д. е. н., професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку,
 Вінницький національний аграрний університет
 ORCID ID: 0000-0003-0149-3612
 В. В. Кожухар,
 аспірант першого року навчання кафедри бухгалтерського обліку,
 Вінницький національний аграрний університет
 ORCID ID: 0000-0002-0729-2224

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.9

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ГАЛУЗІ САДІВНИЦТВА

N. Pravdyuk,
 Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Accounting,
 Vinnytsia National Agrarian University
 V. Kozhukhar,
 Postgraduate student of the first year of study of the Department of Accounting,
 Vinnytsia National Agrarian University

ANALYTICAL SUPPORT OF MANAGEMENT OF THE PROCESS OF SALE OF HORTICULTURE PRODUCTS

У статті розглянуто аналітичне забезпечення управління процесом галузі садівництва. Розкрито сутність понять "аналітичне забезпечення управління" та "процес реалізації". Проведено аналіз експортних поставок плодів та ягід України. Охарактеризовано, що особливістю ціноутворення і цін на сільськогосподарську продукцію також є те, що по більшості її видів проявляється сезонне коливання цін, зображено формування ціни на ринку продукції. Зазначили та проаналізували, що кожного року коливання середніх реалізаційних цін на плоди та ягоди майже однакові, висвітлено середні ціни за місяць у періоді 2015—2019 рр. Зображено стан садівництва України та Вінницькій області, тому як найбільш сприятливою для виробництва галузі садівництва є Вінницька область та має велику кількість садів у плодоносному віці.

The development of any branch of agriculture has its own characteristics, dynamics of indicators and trends. The horticultural industry is one of the most attractive branches of agriculture. A comprehensive analysis of development can be obtained only by analyzing the appropriate marketing strategy, a mandatory component of which is to assess the attractiveness of the segment. This category is part of a marketing strategy to reach the market. The article considers the analytical support of the process of horticulture. The essence of the concepts "analytical management" and "implementation process" is revealed.

The analysis of export deliveries of fruits and berries of Ukraine is carried out. It is characterized that the peculiarity of pricing and prices for agricultural products is also that most of its species show seasonal price fluctuations, shows the formation of prices in the product market. It was noted and analyzed that each year the fluctuations of the average selling prices for fruits and berries are almost the same, the average prices for the month in the periods 2015-2019 are highlighted. The state of horticulture in Ukraine and Vinnytsia region is depicted, because the most favorable for the production of horticulture is Vinnytsia region and has a large number of gardens in the fruiting age.

Modern conditions of Ukraine's development dictate the need for comprehensive marketing research of the market of horticultural products in terms of its consumers. This is evidenced by the steady trend in recent years to reduce the consumption of fruits and berries by the population of Ukraine. In order to avoid negative transformations of the horticultural industry, it is necessary to activate marketing activities by all means. It is necessary to focus on attracting

new consumers, their positive attitude to manufacturers, the use of their brands, encouraging and expanding interested customers. The growing popularity of the Ukrainian brand, first of all, quality parameters. The horticultural industry of Ukraine is able to meet both domestic needs and produce these products for export. But the current level of production of fruits and berries in Ukraine is very low in comparison with the countries of developed horticulture, despite the rather favorable conditions for its development.

Ключові слова: галузь садівництва, рослинництво, продукція, стратегія, розвиток, плодово-ягідна продукція, експорт, маркетинг.

Key words: horticulture, crop production, products, strategy, development, fruit and berry products, export, marketing.

ВСТУП

Розвиток будь якої галузі сільського господарства має власні характерні риси, динаміку показників та тенденції. Галузь садівництва є однією з привабливих галузей сільського господарств. Комплексний аналіз розвитку можна отримати лише завдяки аналізу відповідно маркетингової стратегії, обов'язковою складовою якої є оцінка привабливості сегмента. Ця категорія є складовою маркетингової стратегії охоплення ринку.

На сьогодні реформування економіки України сільського господарства є з першочерговою галуззю народного господарства. Сприятливі умови більшої частини території України для успішного вирощування плодової і ягідної продукції у поєднанні з віковими традиціями її населення дають можливість садівництву посісти вищу позицію в стратегії розвитку вітчизняного сільськогосподарського виробництва. Оскільки садівництво є підгалуззю рослинництва, тому і притаманні основні технологічні характеристики цієї галузі такі: сезонність сільськогосподарських робіт та одноразовість одержання врожаю протягом року.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженню аналітичного забезпечення управління процесом реалізації продукції галузі садівництва присвячені праці вітчизняних науковців, серед яких варто виділити роботи: О.Ю. Єрмакова, О.М. Шестопаля, О.В. Кравця, В.В. Лазня, О.А. Полюховича, І.Н. Прімишева, В.Я. Плаксінка, А. І. Шумейка.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

За невисокого рівня виробництва галузі садівництва виникають певні труднощі із збутом через нерозвиненість торговельної інфраструктури, збереження та переробки плодів, втрати зовнішніх ринків збуту, різке зменшен-

ня обсягів до споживання продукції садівництва, значне скорочення плодоносних площ багаторічних насаджень, планомірне зменшення питомої частки молодих садів, відсутність необхідної фінансової підтримки з боку держави призвели до збитковості виробництва продукції цієї галузі в більшості сільськогосподарських підприємств. В Україні аналітичне забезпечення управління галузі рослинництва (у т. ч. садівництва, п.а.) призначене для розвитку аграрного сектору та економіки країни загалом, що вимагає розробки механізмів підвищення конкурентоспроможності продукції рослинництва, здешевлення її вартості для забезпечення прибутковості вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників. Першочергова роль у цьому процесі відводиться обліково-аналітичній складовій, як засобу зниження собівартості, управління витратами та результатами діяльності [19, с. 184]. Характерною особливістю ринку процесу реалізації продукції садівництва України є недостатньо висока якість товарів, досить обмежений асортимент продуктів, відсутність їх розфасовки і упаковки, зручних для споживачів, сезонні та регіональні коливання цін і обсягів продажу продуктів, занепад оптової торгівлі, натуралізація обмінних процесів, відсутність реклами продукції.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета дослідження полягає у вивченні характеристики стану аналітичного забезпечення управління процесом реалізації продукції галузі садівництва, в доцільності охарактеризувати результати дослідження галузі садівництва, що мають значні резерви для нарощування обсягів виробництва продукції шляхом збільшення площі насаджень та застосування інтенсивних технологій, що дасть змогу поліпшити урожайність насаджень та загалом підвищити економічну ефективність досліджуваної нами галузі.

Таблиця 1. Погляди вчених щодо трактування понять "аналітичне забезпечення управління", "процес реалізації"

Автор	Визначення
Аналітичне забезпечення управління	
Штангет А.М. [1, с. 18]	«...характеризує як систему (під системою розуміють сукупність множин взаємопов'язаних елементів, які утворюють певну цілісність, оскільки воно має ознаки, властиві системі: наявність зв'язків (у тому числі зворотних), поділ на частини, наявність структури (упорядкованих елементів), цілеспрямованість, збереження певної стійкості в заданих межах під впливом зовнішніх факторів та багатоаспектність»
Пархоменко О.В. [2, с. 24]	«... поєднання всієї використовуваної в ній інформації, специфічних засобів і методів її аналітичної обробки, а також діяльності фахівців з її ефективного удосконалення та використання»
Лень В.С. [3, с. 71]	«сукупність обробленої облікової та необлікової інформації, призначеної для управління підприємством (організацією), напрямками його діяльності або його окремими об'єктами»
Пуцентейло П.Р. [4, с. 195]	«...є цілеспрямованою організованою діяльністю осіб, відповідальних за збір, обробку та аналіз внутрішньої і зовнішньої інформації, що є необхідною для управління підприємством»
Правдюк Н.Л. [11, с. 58]	«...порядок реєстрації, узагальнення та представлення менеджерам інформації щодо діяльності підприємства для підготовки та обґрунтування ними управлінських рішень»
Процес реалізації	
Лишилєнко О.В. [5, с. 107]	«Кінцевий етап кругообігу господарських засобів, який пов'язаний із реалізацією готової продукції, виконаних робіт та наданих послуг підприємством і, як результат, із встановленням фінансового результату його діяльності»
Сук П.Л. [6, с. 330]	«Операцій з продажу готової продукції, виконаних робіт і наданих послуг, під час яких відбувається передача готової продукції споживачам, отримання оплати від них, встановлення результату діяльності»
Ковач С.І. [7, с. 105]	«Відчуження благ, що належать підприємству з метою відтворення витрат у вартісній формі з товарної на грошову»
Огійчук М.Ф. [8, с. 679]	«Відчуження активів, які належать підприємству, шляхом їх реалізації з метою відтворення використаних активів підприємства та отримання прибутку для задоволення різних потреб підприємства та його власників»
Садовська І.Б. [9, с. 141]	«Реалізація вироблених або перепроданих товарів і послуг для одержання грошової виручки»
Куценко В.Й., Барміна К.О. [10, с. 329]	«Процес реалізації є передачею готової продукції, що створена у процесі виробництва, покупцям (споживачам)»

Джерело: сформовано авторами на основі опрацьованих джерел [1–11].

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Садівництво — традиційна галузь сільськогосподарства України. Важливість галузі полягає передусім в тому, що тут виробляються цінні продукти харчування, які мають до того ж й лікувальні властивості. На сьогодні значну частину продовольчого балансу України складає продукція садівництва, а природно-економічний потенціал країни сприяє формуванню високих урожаїв плодівих культур. Враховуючи ці особливості Україна має можливість забезпечити не тільки власні потреби в продукції цієї галузі, а і експортувати.

Розвиток садівництва на сьогодні є пріоритетною галуззю вітчизняного сільськогосподарського виробництва, що мають сприяти: з одного боку, сприятливі природні умови більшої частини території України та Вінницької області для успішного вирощування пло-

вих і ягідних культур у поєднанні з віковими традиціями її населення; з іншого — велика місткість ринку плодів і ягід як всередині країни, що зумовлена високою густотою населення, його зосередженням у великих містах і промислових центрах, так і за її межами, зокрема в країнах близького зарубіжжя. Садівництво є складовою частиною сільськогосподарського виробництва, і разом з іншими галузями впливає на рівень його ефективності. Головною особливістю садівництва є те, що багаторічні насадження являють собою основні засоби виробництва, які тривалий час беруть участь у виробничому процесі, зберігаючи при цьому свою натуральну форму. Однак період застосування капітальних вкладень не збігається з періодом отримання продукції. Специфікою багаторічних насаджень є цілеспрямованість господарського використання, а також сталість місця вирощування і неможливість вільного переміщення по території господарства. Тому ефективність їх використання в значній мірі визначається правильним вибором ділянки і визначенням культурно-сортового

складу плодівих насаджень.

У сучасних умовах господарювання галузь садівництва досить часто реалізують за такими каналами як:

- продаж покупцям (заготівельним, торговельним та іншим підприємствам);
- продаж через власну торговельну мережу;
- продаж працівникам підприємства в рахунок оплати праці;
- видача натуральної оплати праці;
- продаж у рахунок товарообмінних (бартерних) операцій;
- продаж у рахунок повернення натуральних позик.

Включення вищезазначених операцій, що входять до складу реалізації галузі садівництва є цілком обґрунтованим, оскільки вони задовольняють усі умови визнання доходу (виручки) від реалізації. Однак не виключено, що

за умов підвищення доходності аграрних підприємств зазначені канали реалізації будуть трансформуватись у більш досконалі їх види.

Сучасні умови розвитку України диктують необхідність проведення комплексних маркетингових досліджень ринку продукції садівництва в частині її споживачів. Про це свідчить стійка тенденція останніх років до зменшення обсягів споживання плодів і ягід населенням України.

Для того щоб уникнути негативних трансформацій галузі садівництва, необхідно активувати маркетингові дії всіма засобами. Потрібно спрямувати роботу на залучення нових споживачів, їх позитивне ставлення до виробників, використання їх брендів, заохочення та розширення зацікавлених покупців. Зростання популярності української марки, насамперед, якісними параметрами.

Стан аналітичного забезпечення управління в галузі садівництва формується через методологічні складові. Для уточнення сутності понять "аналітичне забезпечення управління" та "процес реалізації" вважаємо за необхідне висвітлити різні варіанти трактування науковцями (табл. 1).

На підставі опрацьованих джерел можна зробити висновок, метою процесу реалізації є фінансовий результат, який істотно впливає на діяльність підприємства, що слугує для задоволення потреб підприємства та його власників. Для досягнення цієї мети необхідно мати високий рівень аналітичного забезпечення управління процесом реалізації.

Аналітичне забезпечення управління процесом реалізації у галузі садівництва — це система збору, накопичення, узагальнення даних, що дають змогу забезпечити і сформулювати інформаційне середовище для прийняття управлінських рішень щодо каналів, обсягу та умов реалізації продукції садівництва.

Галузь садівництва України в стані забезпечити як внутрішні потреби, так і виробляти дану продукцію на експорт. Але сучасний рівень виробництва плодів і ягід в Україні дуже низький у порівнянні із країнами розвинутого садівництва, не дивлячись на досить сприятливі умови для його розвитку. Навіть у роки найбільш високих валових зборів садівницької продукції її виробництво в розрахунку на душу

Таблиця 2. Стан садівництва в Україні та Вінницькій області в період 2015–2020 рр.

Регіон	Рік						Відхилення 2020 р. до 2015 р. (+/-)
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Площа плодоягідних культур у плодоносному віці, тис. га							
Україна	206,0	196,7	198,5	198,5	195,5	232,0*	+26,0
Вінницька область	24,1	24,2	22,8	23,4	22,8	25,8*	+1,7
Вироблено плодоягідної продукції всього, тис. тонн							
Україна	2152,8	2385,0	2048,0	2571,3	2118,9	2352,0*	+199,2
Вінницька область	292,3	269,5	233,7	332,3	234,8	198,4*	-93,9
Вироблено плодоягідної продукції в розрахунку на 1 особу, кг							
Україна	51,0	56,0	48,0	61,0	50,0	56,0*	+5,0
Вінницька область	68,0	63,0	55,0	78,0	56,0	54,0*	-14,0

Примітка: * — прогноз.

Джерело: сформовано авторами на основі [17; 19].

населення складало біля 80 кг, але в період з 2015 по 2020 рр., маємо значне відхилення до збільшення (табл. 2) у той час, коли в США споживання плодів і ягід складає 100 кг, Австрії — 134 кг, а в Голландії — 149 кг [12, с. 250].

Проведені дослідження свідчать, що галузь садівництва України та Вінницького регіону є потужним по виробництву плодоягідної продукції, її переробки та вирощуванню посадкового матеріалу. Площа плодово-ягідних культур в області у 2020 році за попереднім прогнозом у порівнянні з 2015 роком збільшилось на 1,7 тис. га., а виробництво плодоягідної продукції значно зменшилася у 2020 році. Необхідно зазначити, що негативно впливає на виробництво галузі садівництва, те що відбувається скорочення площ під насадження, як видно, що у 2020 році за прогнозованими даними становити 198,4 тис. тонн, це на 93,3 тис. тонн менше у порівнянні з 2015 роком.

У 2018 році був встановлений рекорд вартості експорту плодово-ягідної продукції за весь період незалежності України. Найбільшим попитом на зарубіжних ринках користувались волоські горіхи, заморожені ягоди, а також яблука українського виробництва. Головним ринком збуту нашої продукції садівництва залишився Європейський Союз. Наслідком збільшення виробництва стало зростання обсягів наявної пропозиції плодово-ягідної продукції. Однак зниження закупівельних цін, особливо на яблука, зі сторони посередників і переробників, виявилось занадто відчутним для галузевих виробників [13].

У 2019 році, загалом експорт овочів, фруктів, ягід і горіхів, свіжих, заморожених і сушених приніс Україні \$339 млн виручки — на 9,4% більше, ніж в 2018 році і на 20,1% більше, ніж у 2017 році [8]. Що ж стосується експорту пло-

Таблиця 3. Експортні поставки плодів і ягід України

Продукція	Роки						Структура %
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Експортні поставки, тис. т							
Горіхи	28,7	40,0	30,9	41,0	33,0	22,0	43,1
Банани	-	-	-	-	-	-	-
Фініки, ананаси	-	-	-	-	-	-	-
Яблука, груші, айва	5,3	14,4	23,7	42,9	42,0	14,0	27,5
Абрикоси, вишні, черешні, персики, сливи	0,9	1,9	11,7	4,0	8,2	9,2*	18,0
Ягоди	1,4	6,0	5,9	4,9	5,0	5,8*	11,4
Всього свіжих плодів і ягід	36,3	62,3	72,2	92,8	88,2	51,0*	100

Примітка: * — прогноз.

Джерело: сформовано авторами на основі [14].

доовочевої продукції у 2020 р., то очікується, що із зростанням масштабів вітчизняного виробництва експортні поставки плодів у стануть до 0,2 млн т і формуватимуться переважно за рахунок яблук і грецьких горіхів [14, с. 166]. Географія збуту плодоягідної продукції поступово змінюватиметься на користь країн Західної Європи. Зокрема, яблука, груші, айва

та горіхи на сьогодні користуються високим попитом у Німеччині, Іспанії, котрі є членами ЄС (табл. 3).

Варто зазначити, що ціновий діапазон продукції галузі садівництва не встановлюється сам по собі, він відображає вплив безліч факторів у відповідний час у відповідному місці. На ціну плодів та ягід діють різні ціноутворюючі фактори: ціни виробництва, доходи населення, ринкова ситуація, кількість маркетингових торговельних посередників тощо. Також вплив мають і деякі ціноутворювальні фактори, які діють лише на окремих етапах розвитку

товарно-грошових відносин, наприклад: умови поставок товару, взаємовідносини між продавцем і покупцем, спосіб руху продукції від виробника до споживача, франкування ціни, тобто включення до її складу витрат на страхування і доставку товару. Особливістю ціноутворення і цін на продукцію садівництва також є те, що по більшості її видів проявляється

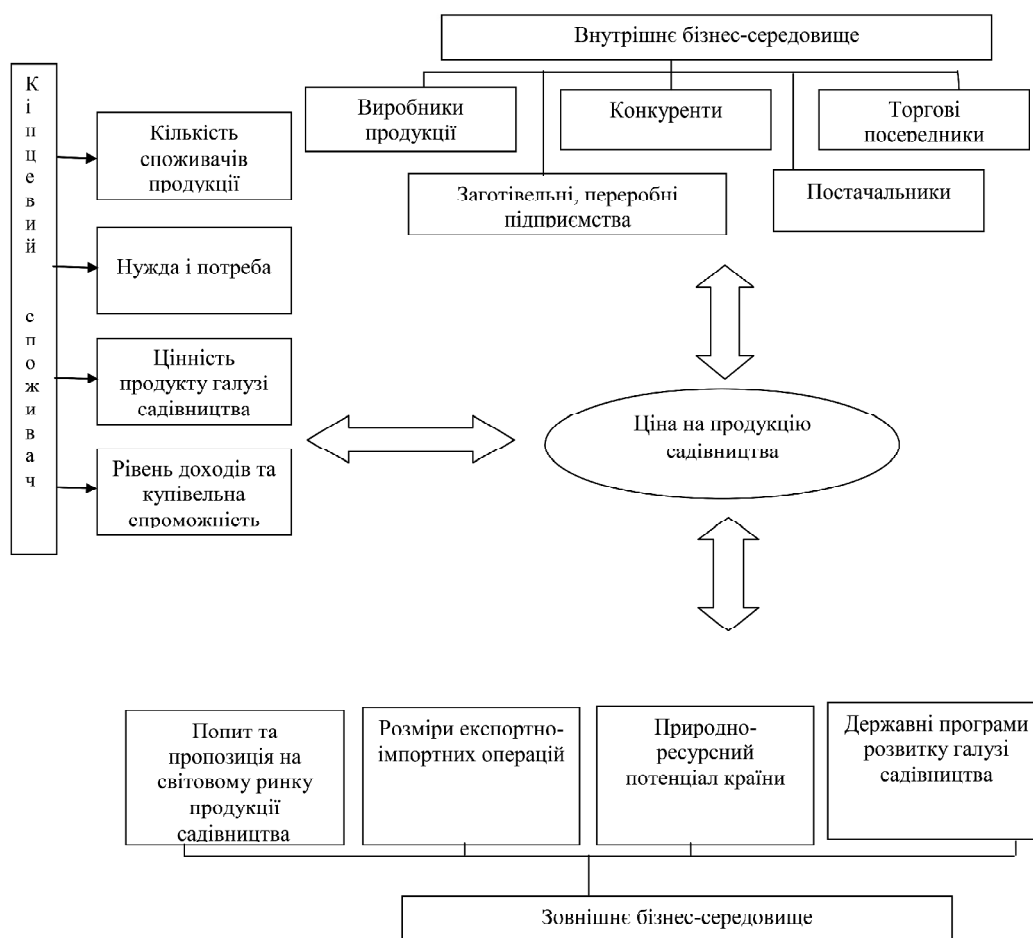


Рис. 1. Формування ціни на ринку продукції галузі садівництва

Джерело: систематизовано на підставі опрацьованого джерела [17] та доповнено авторами.

сезонне коливання цін. Зокрема ціни істотно знижуються під час масового збору врожаю і в початковий після збирання період. Ціни починають зростати і нерідко досягають свого максимуму з наближенням наступного збирального сезону [16, с. 58].

На погляд Колокольчикова І.В., формування ціни як складової системи ринкових характеристик плодово-ягідної продукції формується під впливом таких груп факторів: кінцевого споживача, що є стимулом та мотивом виробництва продукції; внутрішнього бізнес-середовища, а саме: господарюючих суб'єктів ринку, що приймають участь у процесі виробництва, переробки та продажу продукції; зовнішнього середовища, тобто розміри та умови експортно-імпортних операції, природно-ресурсний потенціал галузі та країни, економічні закони та реалізація державних програм розвитку (рис. 1).

У блоці "кінцевий споживач" вирішальним є вплив фактора платоспроможності покупця. Саме цей чинник стає мотивом вибору продукту купівлі та його кількості. У блоці "внутрішнє бізнессередовище" вагомими є виробники та посередники, бо виробник саме забезпечує наявність товарної продукції, а посередник впливає (частіше негативно) на довжину шляху від виробника до споживача, формуючи при цьому величезні надбавки до ціни. У блоці "зовнішнє бізнес-середовище" найвагоміший вплив оказують світові тенденції [18, с. 23].

Сам процес встановлення ціни на ринку плодово-ягідної продукції, тобто її рівень, сьогодні визначається під впливом більше внутрішнього середовища. Неможливість збереження та переробки продукції власними силами та маркетингові посередники значно знижують оптові ціни закупівель. Тому для виробника реалізація продукції іноді невигідна. На кінцеву ціну реалізацію впливають споживачі, які обмежують обсяги купівлі фруктів та ягід в основному в результаті низьких доходів [18, с. 24].

Ціни, які встановлюють підприємства галузі садівництва, в різні періоди під час продажу продукцію формують цінову політику підприємств, а в сукупності, і, цінову політику галузі. У стратегії трансформації АПК і забезпечення продовольчої безпеки України визначається, що цінова політика має сприяти беззбитковому виробництву сільськогосподарської продукції з відповідним рівнем продуктивності і спрямовуватися на такі цілі [19, с. 3—4]:

Таблиця 4. Середні ціни на плодово-ягідну продукцію, реалізовану підприємствами за місяць, грн/т

	Рік				
	2015	2016	2017	2018	2019
Січень	5430,2	7191,2	7049,2	10856,8	10079,0
Лютий	5899,1	7418,2	6921,5	11528,0	4739,5
Березень	8498,3	7272,0	6761,0	11721,8	4138,0
Квітень	7387,7	6403,8	6995,9	12683,7	3851,8
Травень	7365,4	7015,0	11665,4	12347,7	5628,4
Червень	11315,2	13688,9	19240,3	15692,9	19031,5
Липень	10637,5	17602,2	19975,6	13008,9	24065,2
Серпень	4658,7	8844,6	14775,9	5882,6	11424,6
Вересень	3510,9	3928,5	6987,4	2834,8	5108,8
Жовтень	3555,6	3939,6	4405,8	3064,4	4469,7
Листопад	6754,8	3705,3	7211,7	1428,1	5259,6
Грудень	7485,8	5517,0	8571,6	4060,2	7741,3

Джерело: сформовано авторами на основі [18, с. 186].

— на першому етапі в умовах обмежених фінансових можливостей держави цілями є забезпечення як мінімум простого відтворення виробництва продукції в основних галузях сільського господарства за допомогою запровадження цін підтримки (заставних цін) на квотовану сільськогосподарську продукцію в межах продовольчої безпеки країни;

— на другому етапі — на стабілізацію і створення економічних передумов розширеного відтворення продукції в обсягах внутрішніх та експортних потреб на основі дотримання цінового паритету шляхом вільного ціноутворення та за необхідності застосування еквівалентних цін;

— на третьому етапі — на здійснення поступового переходу від прямого регулювання через механізм еквівалентних цін до розширення попиту на продовольчі товари шляхом підтримки малозабезпечених верств населення.

Можна зазначити, що кожного року коливання середніх реалізаційних цін на плоди та ягоди відбуваються однакові. Максимальні ціни фіксуються в одні і ті ж самі часові проміжки. Аналогічна ситуація і з мінімальними цінами (табл. 4).

Згідно з наведеними даними протягом 2015—2019 рр., видно, що у 2019 р. найнижчі ціни на плоди та ягоди були з вересня по листопад, а саме: 5108,8 грн/т, 4469,7 грн/т, 5259,6 грн/т. Можна зазначити, що це дуже низька ціна, яка не зможе покривати витрати на виробництво цієї продукції. Найвищі ціни на плодово-ягідну продукцію зображено перед початком нового сезону їх збору. Ринок продукції в цей період представлено лише тими фруктами та ягодами, які зберігались. Як бачимо продукції не багато, але попит зростає і тому ціни високі. У 2019 р. такі ціни тримались з червня — сер-

пень. Ціна з червня по серпень — це вже ціна на перші зібрані плоди та ягоди, яка класично завжди висока: 19031,5 грн/т, 24065,2 грн/т та 11424,6.

ВИСНОВКИ

На підставі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

— управління процесом реалізації продукції галузі садівництва потребує інформаційного, у тому числі аналітичного забезпечення;

— аналітичне забезпечення управління процесом реалізації у галузі садівництва — це система збору, накопичення, узагальнення даних, що дають змогу забезпечити і сформулювати інформаційно-аналітичне середовище для прийняття управлінських рішень щодо каналів, обсягу та умов реалізації продукції садівництва;

— аналіз показників галузі садівництва в цілому по Україні та по Вінницькій області свідчить, що наша країна та Вінницький регіон зокрема, є потужними виробниками продукції галузі садівництва, проте, внаслідок недоотримання цієї продукції через несприятливі погодні умови, експортні поставки України у 2020 році плодів та ягід значно зменшилися у порівнянні з 2019 роком;

— пандемія COVID-19, яка охопила весь світ, спричинила зниження купівельної спроможності населення не тільки України, а й усього світу, що негативно вплинуло на обсяги продажу садівничої продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;

— для підвищення рівня конкурентоспроможності та досягнення високих фінансових результатів від реалізації продукції галузі садівництва, необхідно забезпечити її високу якість, що пов'язано з додатковими позавиробничими витратами.

Література:

1. Штангрет А.М. Процес здійснення обліково-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою підприємства. Наукові записки. 2015. № 1 (50). С. 15—22.
2. Пархоменко О.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення процесу прийняття рішень в системі науково-технічної інформації: дис... канд. екон. наук: 08.02.02 / Український ін-т науково-технічної і економічної інформації (УкрІНТЕІ). — К., 2006. — 211 арк.
3. Лень В.С. Обліково-аналітичне забезпечення: визначення поняття. Тези доповідей. Черніг. нац. технол. ун-т. 2015. С. 69—73.
4. Пуцентейло П.Р. Особливості функціонування аналітичного забезпечення підприємств. Інноваційна економіка. 2015. № 1. С. 194—198.
5. Лишиленко О.В. Бухгалтерський облік: підручник. О.В. Лишиленко. — 3-тє вид., перероб і допов. — К.: Центр учбової літератури, 2009. С. 670.
6. Сук А.К. Фінансовий облік: навч. посіб. / А.К. Сук, П.А. Сук. — 2-ге вид., переробл. і доповн. — К.: Знання, 2012. С. 647.
7. Ковач С.І. Реалізація продукції та оплата праці в с.-г. Підприємствах. Економіка АПК. 2000. № 3. С. 91—106.
8. Огійчук М.Ф. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами: підруч. — 6-те вид., перероб. і допов. К.: Алерта. 2011. С. 1042.
9. Садовська І.Б. Бухгалтерський облік: навч. посіб. К.: "Центр учбової літератури". 2013. С. 688.
10. Куценко В.Й., Барміна К.О. Економічна сутність процесу реалізації продукції. Фінансовий облік. 2012. С. 328—329.
11. Правдюк Н.А. Обліково-аналітичне забезпечення управління прибутком підприємства. Облік і фінанси. № 4 (70). 2015. С. 53—60.
12. Бурлай О.А., Бурлай А.П., Харенко А.О. Сучасний стан розвитку садівництва в Україні. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2013. Вип. 82. С. 249—259.
13. Річний галузевий звіт "садівництво та ягідництво в Україні — 2018. URL: http://ukrsadprom.org/wp-content/uploads/2019/03/2018-Richnyj-galuzevyj-zvit_Sadivnytstvo-ta-yagidnytstvo-2018.pdf (дата звернення: 20.12.2020).
14. Сало І.А. Розвиток ринку плодів в Україні [монографія]. К.: ННЦ ІАЕ. 2013. С. 394.
15. Продовольча та сільськогосподарська організація ООН. URL: <http://www.fao.org/about/en> (дата звернення: 02.01.2021).
16. Ковач І.В. Облік і аудит виробництва і реалізації продукції садівництва / І.В. Ковач, дисертація к. е. н.: 08.06.04; [Місце захисту: Київський нац-й економ-й ун-т]. — Київ, 2001. С. 199.
17. Колокольчикова І.В. Ціна в системі ринкових характеристик плодово-ягідної продукції. Економіка та інноваційний розвиток національного господарства. 2019. С. 21—26.
18. Сільське господарство України 2019 рік: статистичний збірник. 2019. С. 186. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/09/zb_sg_Ukr_2019.pdf (дата звернення: 10.01.2021).

19. Белова І.М. Побудова управлінського обліку в рослинництві в світлі вимог МСФЗ, П(С)БО 30 "Біологічні активи". Науковий журнал "Бізнес Інформ". 2015. № 3. С. 184—191.

20. Стратегія збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2027 року. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/vinnyczka-strategiya-zbalansovanogo-regionalnogo-rozvytku-vinnyczkoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku.pdf> (дата звернення: 03.01.2021).

21. Богданюк О.В. Удосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення управління конкурентоспроможністю садівництва. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. Вип. 2. 2014. С. 142—144.

References:

1. Stangret, A.M. (2015), "The process of accounting and analytical support of economic security management of the enterprise", *Naukovi zapysky*, vol. 1 (50), pp. 15—22.

2. Parkhomenko, O.V. (2006), "Information and analytical support of the decision-making process in the system of scientific and technical information", Abstract of PhD. dissertation, Global economy, Ukrainian Institute of Scientific and Technical Expertise and Information, Kyiv, Ukraine.

3. Laziness, V.S. (2015), "Accounting and analytical support: definition", *Tezy dopovidej. Chernih. Nats. Tekhnol. Un-t*, pp. 69—73.

4. Pucenteilo, P.R. (2015), "Features of functioning of analytical maintenance of the enterprises", *Innovatsijna ekonomika*, vol. 1, pp. 194—198.

5. Lishilenko, O.V. (2009), *Bukhhalters'kyj oblik [Accounting]*, 3rd ed, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

6. Suk, L. K. (2012), *Finansovyj oblik [Financial Accounting]*, 2nd ed, Znannia. Kyiv, Ukraine.

7. Kovach, S.I. (2000), "Sales and wages in agriculture. Enterprises", *Ekonomika APK*, vol. 3, pp. 91—106.

8. Ogiychuk, M.F. (2011), *Finansovyj ta upravlins'kyj oblik za natsional'nyy standartamy [Financial and management accounting according to national standards]*, 6rd ed, Alerta, Kyiv, Ukraine.

9. Sadovska, I.B. (2013), *Bukhhalters'kyj oblik [Accounting]*, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

10. Kutsenko, V.Y. and Barmina, K.O. (2012), "The economic essence of the product sales process", *Finansovyj oblik*, pp. 328—329.

11. Pravdyuk, N.L. (2015), "Accounting and analytical support of enterprise profit management", *Oblik i finansy*, vol. 4 (70), pp. 53—60.

12. Burlyay, O.L. Burlyay, A.P. and Kharenko, A.O. (2013), "The current state of horticulture development in Ukraine", *Zbirnyk naukovykh prats' Umans'koho natsional'noho universytetu sadivnytstva*, vol. 82, pp. 249—259.

13. UKRSADPROM (2018), "Annual industry report Horticulture and Berry in Ukraine — 2018", available at: <http://ukrsadprom.org/wp-content/uploads/2019/03/2018-Richnyj-galuzevyj-zvit-Sadivnytstvo-ta-yagidnytstvo-2018.pdf.pdf> (Accessed 20 December 2020)

14. Salo, I.A. (2013) *Rozvytok rynku plodiv v Ukraini: monohrafiia [Fruit market development in Ukraine: monograph]*. Kyiv: NNTs "IAE" in Ukrainian.

15. Food and Agriculture Organization of the United Nations (1945), available at: <http://www.fao.org/about/en> (Accessed 2 January 2021).

16. Kovach, I.V. (2001), "Accounting and audit of production and sale of horticultural products", Abstract of Ph D. dissertation, Global economy, Kyiv National University of Economics, Kyiv, Ukraine.

17. Kolokolchikova, I.V. (2019), "Price in the system of market characteristics of fruit products", *Ekonomika ta innovatsijnyj rozvytok natsional'noho hospodarstva*, pp. 21—26.

18. State Statistics Service of Ukraine (2019), "Statistical collection Agriculture of Ukraine - 2019", available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/09/zb_sg_Ukr_2019.pdf, (Accessed 10 January 2021).

19. Belova, I.M. (2015), "Construction of management accounting in crop production in the light of the requirements of IFRS, P (S) BU 30 "Biological assets", *Naukovyj zhurnal "Biznes inform"*, vol. 3, pp. 184—191.

20. Merezko, V. (2020), "Strategy of balanced regional development of Vinnytsia region for the period up to 2027", available at: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/vinnyczka-strategiya-zbalansovanogo-regionalnogo-rozvytku-vinnyczkoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku.pdf> (Accessed 03 January 2021).

21. Bogdanyuk, O.V. (2014), "Improving information and analytical support for horticultural competitiveness management", *Instytut bukhalters'koho obliku, kontrol' ta analiz v umovakh hlobalizatsii*, vol.2, pp. 142—144.

Стаття надійшла до редакції 14.02.2021 р.