

МАРКЕТИНГ В ОВОЧІВНИЦТВІ

Сидора В.В., аспірант,
Полтавська державна аграрна академія

Стаття присвячена питанням розвитку маркетингу в овочівництві. Установлено основні причини, що стримують розвиток галузі, які згруповано за двома основними напрямками: виробництво та маркетингова діяльність. Розглянуто аспекти формування продовольчої безпеки України на основі оцінки рівнів виробництва і споживання. Виявлено, що в структурі витрат праці на 1 га овочів найбільш питому вагу займають витрати на догляд за посівами і збирання врожаю. Установлено трудомісткість окремих овочевих культур у розрізі агротехнічних робіт. Визначено концептуальні напрями розвитку галузі на перспективу, які потребують консолідованого розв'язання зусиллями органів державної влади, місцевого самоврядування, виробничниками, науковцями та інвесторами з урахуванням особливостей регіонів України та рівня їх соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: маркетинг, продовольча безпека, овочівництво, споживання, інноваційний розвиток.

Вступ. Проблема забезпечення населення продуктами харчування з кожним роком набуває характеру глобального масштабу, і все більше зростають вимоги до задоволення людства вітамінною продукцією. За даними ФАО, більше половини населення земної кулі потерпає від нестачі вітамінів у їжі. У процесі пошуку шляхів успішного вирішення цього питання, вчені і виробничники все більше уваги звертають на надзвичайно цінні сільськогосподарські культури – овочі. У світі останнім часом набуває широкої популярності ринкова концепція управління виробництвом та збутом, що має назву «маркетинг».

Мета. Основна мета дослідження полягає у науково-теоретичному обґрунтуванні, уточненні наукових положень та розробці практичних рекомендацій з формування маркетингу в овочевих підприємствах з урахуванням його сучасних тенденцій розвитку та особливостей аграрної сфери.

© Сидора В.В., 2017.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Овочівництво – складна і трудомістка галузь АПК, повноцінний розвиток якої стримується рядом причин, які можна згрупувати за двома основними напрямками – формування пропозиції (виробництво) та управління процесами задоволення попиту (маркетингова діяльність), до яких належать:

формування пропозиції (сфера виробництва): низький рівень агротехнологій під час вирощування овочевих культур унаслідок недостатнього ресурсного та технологічного забезпечення, зокрема використання технологій, які адаптовані для окремих сортів і гібридів, точного висіву, касетної розсади, внесення мікродоз регуляторів росту та пестицидів (проблема енергозбереження і ефективності виробництва є вкрай актуальною, особливо, з огляду на те, що, порівняно з розвиненими країнами світу, відмічається низький рівень продуктивності праці – не більше 10%). Крім того, вітчизняне овочівництво відмічається високою енергоємністю виробництва (у 5–6 разів вище відносно країн ЄС), у т. ч. внаслідок необґрунтованого набору технологічних та енергетичних засобів при малому коефіцієнті корисного використання та високою часткою освоєння природних енергоресурсів);

– невідповідність вітчизняної овочевої продукції європейським стандартам (Європейські супермаркети реалізують лише продукцію, що має сертифікат якості та безпеки EuroGar. Сьогодні ж вітчизняні виробники у більшості навіть не знають про його існування. Ті ж підприємства, що на практиці зіштовхнулися з цією перешкодою, поки знаходяться на етапі оцінки доцільності інвестицій у сертифікацію [1]);

управління процесами задоволення попиту (маркетингова діяльність): відсутність необхідних потужностей для доробки і зберігання (на сьогодні в Україні функціонує 703 сховища загальною місткістю 1 млн. тонн для зберігання овочів. Крім того, більшість сільгоспдприємств не має відповідного обладнання з доробки та переробки овочів, що не дозволяє їм отримати додаткові прибутки, адже, розфасовані овочеві культури можливо продати на 15–20% дорожче у супермаркетах. Майже відсутні цехи із заморозки. Надалі запровадження, заморожування та сушіння дозволить виробнику диверсифікувати канали збуту та подовжити термін реалізації овочевої продукції протягом року і підвищити рентабельність бізнесу. Внутрішній ринок овочів розвивається доволі динамічно і стає більш цивілізованим, адже «погоду» на ньому диктують крупні оптови

компанії, що мають власну інфраструктуру для заготівлі, переробки, транспортування, упаковки, зберігання та дистрибуції овочів та міжнародні та міжрегіональні роздрібні сітки);

– низький розвиток агрологістики та відсутність професійного брендингу [2] (дана проблема має місце як на макро-, так і на мікрорівні. В усьому світі управління товаропотоками аграрної продукції є високоприбутковим бізнесом, який розвивається як через створення спеціалізованих підприємств, так і у складі великих торговельних компаній. Крім того, повною мірою не використовується природний та економічний потенціал регіонів щодо розширення постачання овочевої продукції та продуктів їх переробки в рамках міжрегіонального обміну);

– у віддалених районах не функціонують закупівельно-заготівельні кооперативи, що має прямий вплив на низьку товарність галузі (малі обсяги товарної продукції для оптового продажу та експорту внаслідок розпорошеності пропозиції за господарствами населення та недостатньої кількості сільгоспідприємств, які б постачали продукцію через маркетингові канали. Це має негативний вплив на ефективність формування та функціонування овочевого ринку на загальнодержавному та регіональному його рівнях);

– відсутність ефективної інфраструктури (в Україні до цього часу не створено великооптової торгівлі через організовані продовольчі ринки, де гарантується збут продукції на економічно вигідних умовах. Унаслідок цього ланцюг «виробник – оптовик – роздрібний продавець – споживач» залишається перевантаженим великою кількістю суб'єктів господарювання. Для постачання багатьох видів овочевих культурна експорт потрібні серйозні інвестиції в інфраструктуру. З поглибленням ринкових процесів індивідуальний виробник овочевих культур фактично не здатний конкурувати з аграрними формуваннями, його продукція фактично «випадає» з активного економічного обігу. Бо до цього часу не створено систему оптової торгівлі овочами через організовані оптові продовольчі ринки [3]. У результаті діє система стихійного продажу овочів, а зв'язок між виробником, оптовиком та роздрібним покупцем не має системного характеру. В овочівництві (через диспаритет цін на промислові товари і овочеву продукцію) виручка від реалізації не відшкодовує витрат у розмірах, необхідних для розширеного відтворення виробництва. Спостережено закономірність, що на фоні збільшення обсягів виробництва до споживача не надходить

необхідна кількість вітчизняного продукту через недостатній рівень розвитку інфраструктури овочевого ринку).

Щодо просування на ринок нових видів та сортів овочів існують дві стратегії: американська та європейська. Американська стратегія являє собою чотиригранну структуру, яка складається з product (продукт), place (місце), price (ціна) and promotion (просування). У європейській моделі додається ще і personal sales (персональні продажі). Українська ментальність більш тяжіє до європейської моделі. Вид персонального продажу (сусідам, знайомим) є надзвичайно розповсюдженим та ефективним в Україні.

Наявність усіх вищезазначених проблем не дозволяє сповна використати природний і економічний потенціал країни щодо розвитку овочівництва до намічених обсягів, які гарантують стабільне наповнення продовольчого ринку якісною вітамінною продукцією (за прийнятними для споживачів і виробників цінами) та дозволяють одночасно розширити постачання цієї продукції в інші країни світу.

Результати. Овочівництво і баштанництво є однією з найважливіших галузей сільського господарства України, що здатна підтримувати достатній рівень здоров'я людини за рахунок цілодобового вживання свіжої та переробленої продукції, що має високий дієтичний і лікувальний потенціал. Завдяки антиоксидантній дії овочевих і баштанних рослин, їх високій урожайності порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами овочівництво в останній час стає привабливим бізнесом в Україні. За такого підходу маркетингова діяльність в овочівництві передбачає виконання цілого ланцюга таких операцій, як обґрунтування необхідності ресурсів для виробництва кожного виду продукції, вибір каналу збуту, споживачів та встановлення між ними господарських зв'язків, контроль виконання договірних обов'язків, організація продажу овочевої продукції та її стимулювання. В Україні у 2016 році площі, на яких вирощували овочеві і баштанні культури, в усіх категоріях господарств становили 520,7 тис. га. Загальний валовий збір склав 9,9 млн. т, що майже залишилося на рівні минулого року та на 59,7% більше рівня 2000 року (табл. 1).

Одне з пріоритетних стратегічних завдань в АПК – забезпечення здорового і безпечного харчування населення України дієтичною як свіжою, так і переробленою продукцією в повному обсязі згідно з

1. – Динаміка валових зборів, посівних площ та рівня врожайності овочевих і баштанних культур в Україні

Роки	Валові збори, млн. т	Посівна площа, тис. га	Урожайність, т/га
2000	6,2	602,5	10,3
2010	7,6	534,2	14,3
2011	8,9	549,7	16,1
2012	10,5	585,9	17,9
2013	10,8	583,5	18,5
2014	11,1	579,3	19,2
2015	9,8	520,7	18,8
2016	9,9	511,7	19,5
2016 до 2015, %	101,0	98,3	103,7
2016 до 2000, %	159,7	84,9	189,3

Джерело: дані Міністерства аграрної політики України «Моніторинг виробничо-фінансової діяльності підприємств і організацій АПК за 2016 рік», власні розрахунки медичними нормами. Стан здоров'я українців на сучасному етапі характеризується прогресуючим зниженням тривалості життя, суттєвим підвищенням рівня захворюваності, на що впливають, крім соціально-побутових умов, складні екологічні умови навколишнього середовища, характер харчування, умови праці і проживання. Здоров'я нації є важливим інтегральним показником цивілізованості країни і її соціально-економічного розвитку.

Збільшення виробництва високоякісної продукції було і залишається ключовим завданням для всього агропромислового комплексу України, про що свідчить галузева програма «Овочі України – 2020» [4]. Установлено, що останніми роками за рахунок власного виробництва було забезпечено споживання овочевої баштанної продукції на рівні 163 кг на душу населення (за медичної норми споживання 161 кг). Також відмічено, що на овочевому ринку виробляється одноманітна продукція, спостерігається звужений асортимент, повною мірою не задовольняється попит на малопоширені та зелені овочі. Аналіз статистичних даних дозволив встановити, що, не зважаючи на те, що норма споживання овочевих і баштанних культур забезпечується на 100%, за окремими культурами вона виконується недостатньо. Норма споживання помідорів забезпечується

на 85%, або 33,1 кг/люд. на рік при нормі споживання 29 кг/люд.; інших овочів – на 84,6%, або 23,7% кг/люд. при нормі споживання 28 кг/люд.; гарбузів – на 72,7%, або 9,3 кг/люд. при нормі споживання 12,8 кг/люд.; баклажанів на 46,4%, або 1,3 кг/люд. при нормі споживання 2,8 кг/люд. та цибулі зеленої лише на 21%, або 0,5 кг/люд. при нормі споживання 2,4 кг/люд на рік. [5]. Загальні посівні площі склали – 511,7 тис. га, у т. ч. під помідорами – 74,3 тис. га, або 14,5% до загалу, капустою – 68,6 тис. га (13,4%), цибулею ріпчастою – 54,8 тис. га (10,7%), огірками – 49,8 тис. га (9,7%), морквою – 43,1 тис. га (8,4%), буряками столовими – 39,3 тис. га (7,7%), іншими овочами – 111,6 тис. га (21,9), у т. ч. гарбузами столовими – 25,9 тис. га (5%), кабачками – 26,9 тис. га (5,2%), баклажанами – 6 тис. га (1,2%), перцем солодким і гірким – 14,7 тис. га (2,8%), цибулею зеленою – 2,8 тис. га (0,5%) та продовольчими баштанними культурами – 70,2 тис. га (13,7% до загалу) (табл. 2).

Установлено, що частка окремих культур у загальних валових зборах різна і складає: помідорів – 22,3%, капусти 16,8%, цибулі ріпчастої – 10,2%, моркви – 8,8%, буряків столових – 8,4% та баштанних продовольчих культур – 5,8%. Тобто, пропозиція на овочевому ринку представлена, в основному, традиційними культурами борщового набору. Частка інших культур складає лише 18,2%, що є явно недостатнім, адже в розвинених країнах світу цей показник може сягати 30–35%. До інших овочів, в даному випадку, слід віднести кабачки, гарбузи, перець солодкий та гіркий, часник та інші зелені культури.

Установлено, що у 1990 році питома вага сільськогосподарських підприємств становила 73%, у 1995 – 27,3 %, у 2000 – 16,9% у загальному валовому виробництві овочів. На сьогодні 85,9% овочів виробляють у господарствах населення, 14,1% – у великотоварних, у т. ч. 3,2 % – у фермерських господарствах (табл. 3).

За окремими овочевими культурами цей показник є ще меншим: 13,5% капусти, 9,1% огірків, 7,6% буряків столових, 8,2% моркви, 10,7 цибулі ріпчастої, 7,3% часнику, 13,8% інших овочів та 6,5% баштанних продовольчих культур виробляють у сільськогосподарських підприємствах, що явно є недостатнім для повноцінного впровадження інновацій у виробництво.

Рівень урожайності у сільськогосподарських підприємствах найвищий – 382,7 ц/га у 2016 році, у господарствах населення – 196,1 ц/га (табл. 4). Так, рівень урожайності у 2016 році порівно із 1990 роком зріс у сільськогосподарських підприємствах – у 2,4 разу, у фермерських господарствах – у 4,1 разу і у господарствах населення

2. – Виробництво окремих видів овочевих і баштанних культур в усіх категоріях господарств України, 2016 р.

Культури	Урожайність, т/га	Посівна площа		Валовий збір	
		тис. га	частка культури у загальних площах посіву, %	тис. т.	частка культури у загальному виробництві, %
Помідор	29,9	74,3	14,5	2229	22,3
Капуста	24,5	68,6	13,4	1683	16,8
Цибуля ріпчаста	18,4	54,8	10,7	1015	10,2
Огірки	18,9	49,8	9,7	949	9,5
Морква	20,3	43,1	8,4	877	8,8
Буряк столовий	21,4	39,3	7,7	842	8,4
Інші овочі	16,7	111,6	21,9	1820	18,2
Всього овочі відкр. і закр. ґрунту	21,1	441,5	86,3	9415	94,2
Продовольчі баштанні культури	8,3	70,2	13,7	583	5,8
Усього овочевих і баштанних культур	19,5	511,7	100,0	9998	100

Джерело: дані Міністерства аграрної політики України «Моніторинг виробничо-фінансової діяльності підприємств і організацій АПК за 2016 рік», власні розрахунки.

3. – Валове виробництво овочів і баштанних продовольчих культур за категоріями господарств, тис. т

Роки	Усі категорії господарств	Сільськогосподарські підприємства	питома вага, %	у т.ч. фермерські господарства	питома вага, %	Господарства населення	питома вага, %
овочі з відкритого і захищеного ґрунту							
1990	6666,4	4872,1	73,08	0,4	-	1794,3	26,9
1995	5879,8	1607,1	27,33	27,4	0,5	4272,7	72,7
2000	5821,3	986,3	16,94	82,6	1,4	4835,0	83,1
2005	7595	1081	14,23	156,1	2,1	6514,3	85,8
2010	8122,4	964,6	11,88	211,9	2,6	7157,8	88,1
2011	9832,9	1540,5	15,67	384,3	3,9	8292,4	84,3
2012	10016,7	1433,9	14,32	346,8	3,5	8582,8	85,7
2013	9872,6	1158,7	11,74	307,3	3,1	8713,9	88,3
2014	9637,5	1340,3	13,91	327,8	3,4	8297,2	86,1
2015	9214	1281,7	13,91	282,5	3,1	7932,3	86,1
2016	9414,5	1322,9	14,05	298,4	3,2	8091,6	85,9
баштанні продовольчі культури							
1990	791,7	621,2	78,5	-	-	170,5	21,5
1995	497,1	403,0	81,1	27,4	5,5	94,1	18,9
2000	373	233,7	62,7	27,3	7,3	139,3	37,3
2005	310,5	50,3	16,2	17,1	5,5	260,2	83,8
2010	750,8	73,6	9,8	29,4	3,9	677,2	90,2
2011	729	68,5	9,4	26,4	3,6	660,5	90,6
2012	798,7	58,4	7,3	25,3	3,2	740,3	92,7
2013	795,3	64,8	8,1	34,3	4,3	730,5	91,9
2014	685,2	44,8	6,5	24,2	3,5	640,4	93,5
2015	578,1	64,1	11,1	29,9	5,2	514	88,9
2016	583,4	50,3	8,6	21,2	3,6	533,1	91,4

Джерело: дані Міністерства аграрної політики України «Моніторинг виробничо-фінансової діяльності підприємств і організацій АПК за 2016 рік», власні розрахунки.

4. – Рівень урожайності овочевих і баштанних продовольчих культур
за категоріями господарств

Роки	Усі категорії господарств	Сільськогосподарські підприємства	у т.ч. фермерські господарства	Господарства населення
овочі із відкритого і захищеного ґрунту				
1990	149,0	157,1	76,0	130,8
1995	120,2	82,9	64,2	144,6
2000	112,3	88,3	78,2	118,9
2005	157,1	154,5	136,5	157,4
2010	173,6	207,0	159,2	169,9
2011	195,0	280,5	237,5	184,6
2012	199,2	313,7	264,4	187,8
2013	199,9	312,3	288,2	190,8
2014	207,8	346,4	297,0	195,2
2015	206,1	363,4	316,3	192,6
2016	210,5	382,7	307,9	196,1
2016 до 1990, разів	1,4	2,4	4,1	1,5
2016 до 2010, разів	1,2	1,8	1,9	1,2
баштанні продовольчі культури				
1990	70,9	65,9	–	98,7
1995	55,8	51,7	41,5	64,5
2000	44,4	37,6	36,0	64,2
2005	62,4	42,2	41,1	68,8
2010	91,7	73,8	68,0	94,2
2011	89,2	80,9	66,8	90,1
2012	99,0	72,1	67,8	102,0
2013	96,9	73,8	75,2	99,7
2014	88,7	65,4	57,2	90,9
2015	78,6	92,4	88,0	77,1
2016	83,1	102,0	83,0	81,6
2016 до 1990, разів	1,2	1,5	-	0,8
2016 до 2010, разів	0,9	1,4	1,2	0,9

Джерело: дані Міністерства аграрної політики України «Моніторинг виробничо-фінансової діяльності підприємств і організацій АПК за 2016 рік», власні розрахунки.

– у 1,5 разу. Така тенденція зберігається по відношенню і до 2000 року. Так, урожайність зросла у сільськогосподарських підприємствах у 4,3 разу, у фермерських господарствах – у 3,9 разу, у господарствах населення – у 1,6 разу. Дослідження рівня урожайності овочів в Україні дозволило дійти висновку, що, не зважаючи на позитивну динаміку, абсолютні значення цього показника все ще є нижчими, порівняно з іншими країнами світу (табл. 5).

5. – Урожайність та виробництво овочів і баштанних культур на одну особу

Країни Світу	Урожайність овочів і баштанних культур, ц/га			Зміни 2016 р. по відношенню до попередніх років, %		Споживання овочів на одну особу, кг		
	2000	2010	2016	2000	2010	2000	2010	2016
США	269,6	298,3	265,4	98,4	89,0	132,0	123	121
Франція	187,7	189,5	226,0	73,9	119,3	147,0	132,0	93,0
Канада	210,1	228,7	240,6	114,5	105,2	80,0	66,0	86,0
Німеччина	302,1	352,3	290,5	96,2	82,5	47,0	34,0	38,0
Китай	188,5	192,7	191,5	101,6	99,4	321,0	329,0	343,0
Великобританія	236,9	223,1	210,7	88,9	94,4	46,3	63,0	48,0
Італія	272,1	272,1	263,7	96,9	96,9	285,0	250,0	286,0
Польща	230,4	244,5	231,2	100,3	94,6	148,0	139,0	156,0
Росія	133,6	157,4	167,3	125,2	106,3	109,0	116,0	119,0
Україна	102,8	167,0	195,6	190,3	117,1	101,7	143,5	160,8
Світ	165,9	196,9	225,6	136,0	114,6	96,9	135,6	142,9

Джерело: дані Міністерства аграрної політики України «Моніторинг виробничо-фінансової діяльності підприємств і організацій АПК за 2016 рік», власні розрахунки

Однією з ключових проблем розвитку овочевого ринку, на наш погляд, є стримування впровадження інновацій через елементарну відсутність достатньої кількості великотоварних сільськогосподарських підприємств. А причиною згортання великотоварного сектора, окрім усього іншого, є високі витрати грошових та людських ресурсів на одиницю площі порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами. Адже виробництво овочевих культур характеризується багаторазовими зборами врожаю і звуженими строками збирання, продукція їх легко піддається

ушкодженню і погано транспортуються. Так, на оброблення 1 га овочевих культур у середньому припадає 600–800 люд.-год.

Крім того, у структурі витрат праці на 1 га овочів найбільш питому вагу займають витрати на догляд за посівами і збирання врожаю. Це пояснюється тим, що в овочівництві традиційно є низьким рівень механізації і високими витрати праці. Найбільш трудомісткими культурами в розрізі агротехнічних робіт є морква та томати: витрати праці на моркву становлять 809 люд. – год./га, що більше від капусти пізньої майже в чотири рази; на томати – 666 люд.-год./га. Збирання врожаю томатів проводиться вручну і декілька разів, що впливає на собівартість вирощеної продукції (табл. 6).

В умовах різкого зростання цін на енергетичні ресурси і матеріально-технічні засоби, а також при наявності труднощів зі збутом овочевої продукції можна передбачати, що на перехідний період збережеться тенденція до мінімізації обсягів і сортименту її виробництва. З розвитком ринкової економіки повинні здійснюватися значні технологічні та організаційні зміни в овочівництві. У перспективі необхідно віддавати перевагу тим технологіям, які забезпечують енерго- і ресурсозаощадження, скорочують затрати живої праці та втрати продукції, запобігають забрудненню навколишнього середовища, підвищують родючість ґрунтів.

Серед критеріїв оцінки пріоритетності певних технологій вирішальне значення повинні мати чотири фактори – насиченість ринку продуктами, вплив на ефективність виробництва, можливості економії ресурсів, екологічні наслідки. Економічну політику держави необхідно спрямувати на підвищення ефективності використання виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств, зміцнення селянських (фермерських) господарств, забезпечення прогресивних структурних зрушень у виробництві сільськогосподарської продукції, реалізацію ефективних шляхів і засобів розв'язання соціальних проблем у селі.

Існуючі проблеми в овочівництві потребують консолідованого розв'язання зусиллями органів державної влади, місцевого самоврядування, виробниками, науковцями та інвесторами з урахуванням особливостей регіонів України та рівня їх соціально-економічного розвитку. Основою підвищення врожайності і збільшення обсягів виробництва овочевих культур як у сільськогосподарських підприємствах, так і господарствах населення стануть наступні заходи:

6. – Затрати праці в овочівництві
за основними культурами, люд.-год./га

Показники затрат праці	на 1 га посіву
Капуста	
Основний обробіток ґрунту	1,80
Передпосівний обробіток ґрунту та сівба	3,99
Догляд за посівами	70,76
Збирання врожаю	144,57
Разом затрат праці	221,14
Огірок	
Основний обробіток ґрунту	2,32
Передпосівний обробіток ґрунту та сівба	1,48
Догляд за посівами	42,44
Збирання врожаю	510,18
Разом затрат праці	551,3
Томат	
Основний обробіток ґрунту	1,74
Передпосівний обробіток ґрунту та сівба	76,01
Догляд за посівами	44,37
Збирання врожаю	665,62
Разом затрат праці	785,95
Буряк столовий	
Основний обробіток ґрунту	1,89
Передпосівний обробіток ґрунту та сівба	3,71
Догляд за посівами	66,44
Збирання врожаю	432,26
Разом затрат праці	504,32
Морква столова	
Основний обробіток ґрунту	1,85
Передпосівний обробіток ґрунту та сівба	4,15
Догляд за посівами	157,95
Збирання врожаю	644,97
Разом затрат праці	808,94

Джерело: дані ХНТІСГ ім. Петра Василенка, Інституту овочівництва і баштанництва НААН [6], власні розрахунки.

– розширення площі вирощування овочів на зрошуваних землях із запровадженням систем краплинного зрошення;

– впровадження у виробництво високоврожайних, адаптованих до природно-кліматичних умов регіону сортів і гібридів овочевих культур, які мають лікувально-профілактичні та протекторні властивості, зовнішню привабливість, придатність до механізованого збирання та тривалого зберігання, інші ознаки конкурентоспроможної продукції;

– широке використання технологічних інновацій та систем машин нового покоління для овочівництва відкритого і закритого ґрунту;

– впровадження у виробництво інформаційних технологій;

– стимулювання на державному рівні виробництва екологічно чистих продуктів овочівництва на базі органічного землеробства, надання державної підтримки виробникам насіння овочевих культур та компенсація частини вартості електроенергії і природного газу, використаних на зрошення та при виробництві овочів закритого ґрунту;

– надання пільгових кредитів для створення нових і реконструкції діючих тепличних комплексів і овочесховищ;

– посилити контроль за якістю продукції на рівні обласних центрів шляхом створення інспекцій якості сільськогосподарської продукції при обласних адміністраціях та їх тісну співпрацю з лабораторіями якості на регіональних ринках;

– проблема незбалансованості експорту України (у якому переважає продукція з низьким ступенем переробки) вимагає впровадження нових підходів до створення національної експортної політики, спрямованої на диверсифікацію експорту та збільшення в його структурі товарів з високою доданою вартістю;

– гармонізувати національні стандарти з виробництва, зберігання, переробки та збуту овочевої продукції відповідно до міжнародних та європейських вимог;

– збільшити обсяги виробництва овочевої продукції на експортні цілі за європейськими стандартами;

– посилити контроль за якістю овочевої продукції на основі національних і міжнародних вимог шляхом удосконалення роботи екологічних та санітарних служб.

Висновки. Ефективний розвиток економічних відносин між сільгоспвиробниками та організаційно-правовими формами ринкової

інфраструктури стримується через: низький рівень закупівлі овочів за прямими угодами, заготівельними і переробними підприємствами, комерційними структурами через біржову торгівлю, торгові доми, відсутність інтервенційних закупівель державними структурами тощо. Спеціалізовані великотоварні господарства мають значно більші переваги щодо вирішення цих питань перед дрібнотоварними виробниками. Зважаючи на це, необхідно посилити роботу щодо впровадження інновацій та ефективних маркетингових заходів у сільськогосподарських підприємствах. Ефективний розвиток овочівництва у сучасних умовах є можливим лише шляхом розвитку маркетингу в овочівництві, впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку галузі, постійного насичення інноваціями технологій вирощування, зберігання і реалізації овочів.

Бібліографія

1. Концепція органічного виробництва сільськогосподарської продукції в Україні / за ред. Я.М. Гадзала, А.С. Заришняка та В.Ф. Камінського. – 2015. – К.: ННЦ «Інститут землеробства» НААН. – 2015. – К.: «ННЦ «Інститут землеробства НААН». – 42 с.
2. Писаренко В.В. Перспективи розвитку галузі овочівництва [текст] / В.В. Писаренко // Економіка АПК. – 2010. – № 7. – С. 39–42.
3. Сухий П.А. Сучасний стан і перспективи розвитку овочівництва в Україні [текст] / П.А. Сухий, М.Д. Заячук // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія: Географічні науки. – 2012. – Т. 25 (64), № 3. – С. 38–48.
4. Галузева програма «Овочі України – 2020» / С.І. Корнієнко, Т.К. Горова, В.П. Рудь та ін. – Х.: Пляда, 2016. – 65 с.
5. Концептуальні основи розвитку овочівництва та забезпечення продовольчої безпеки / С.І. Корнієнко, В.П. Рудь, О.О. Кіях, Л.А. Терьохіна // Овочівництво і баштанництво. – 2012. – № 58. – С. 7–18.
6. Технологічні карти на вирощування сільськогосподарських культур // за ред. П.Т. Саблука, Д.І. Мазоренка, Г.Є. Мазнева. – К.: ННЦ ІАЕ – 402 с.

Сидора В.В.

Маркетинг в овощеводстве.

Резюме. Статья посвящена вопросам развития маркетинга в овощеводстве. Установлены основные причины, сдерживающие развитие отрасли, которые сгруппированы по двум основным направлениям: производство и маркетинговая деятельность. Рассмотрены аспекты формирования продовольственной безопасности Украины на основе оценки уровней производства и потребления. Выявлено, что в структуре затрат труда на 1 га овощей наибольший удельный вес занимают расходы на уход за посевами и сбор урожая. Установлена трудоемкость отдельных овощных культур в разрезе агротехнических работ. Определены концептуальные направления развития отрасли на перспективу, которые требуют консолидированного решения усилиями органов государственной власти, местного самоуправления, производителей, ученых и инвесторов с учетом особенностей регионов и уровня их социально-экономического развития.

Sidora V.V.

The marketing in vegetables growing.

Summary. The article is devoted to the development of marketing in vegetables growing. The main reasons constraining development of the industry were established, which were grouped in two main directions – production and marketing activities. The aspects of formation of food safety of Ukraine because of an estimation of levels of production and consumption reconsidered. It was shown that in the structure of labor costs per 1 hectare of vegetables, the largest share is taken by the costs of caring for crops and harvesting. The labor intensity of individual vegetable crops was determined in the context of agrotechnical work. Defined the conceptual directions of the industry development for the future, which require a consolidated solution by the efforts of state authorities, local governments, producers, scientists and investors, taking into account the characteristics of the regions and the level of their socio-economic development.