

УДК 338.439.4

Т. О. Артюх,  
аспірант кафедри менеджменту,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОВОЧЕВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

*Досліджено сучасний стан та перспективи розвитку овочевого ринку України. Висвітлено теоретичні і практичні аспекти загальної стратегії сталого розвитку агропромислового комплексу України. Проведений аналіз динаміки аграрного ринку та обсягу його овочевого сегменту в Україні.*

*Розглядаються проблеми розвитку овочевого ринку України, передусім незадовільний стан ринкової інфраструктури та невідповідність вітчизняної овочевої продукції вимогам часу. Виявлено необхідність залучення значних інвестиційних ресурсів.*

*Has been investigated current state and development prospect of the vegetable market of Ukraine. Presented theoretical and practical aspects of the general strategy of constant development agricultural sector in Ukraine. The carried out analysis of dynamics of the agrarian market and its volume of vegetable segment in Ukraine.*

*Are considered by development problems of the vegetable market of Ukraine, first of all unsatisfactory condition of market infrastructure and discrepancy of domestic vegetable production to time requirements. Find out necessity of attraction considerable investment resources*

*Ключові слова: овочевий ринок, стратегія сталого розвитку, агропромисловий комплекс України, аграрний ринок, овочевий сегмент, ринкова інфраструктура, овочева продукція, інвестиційні ресурси.*

*Keywords: the vegetable market, strategy of constant development, agricultural sector of Ukraine, the agrarian market, a vegetable segment, a market infrastructure, vegetable production, investment resources.*

### АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ

За оцінками фахівців аграрного ринку [1] обсяг його овочевого сегменту в Україні навіть перевищує зерновий. Однак незадовільний рівень розвитку даного ринку (неструктурованість, значні втрати при товаропросуванні, висока вага спекулятивної складової у ціноутворенні тощо) свідчать про необхідність науково-методичного обґрунтування його розвитку у контексті загальної стратегії сталого розвитку агропромислового комплексу України. Також актуальність теми дослідження обумовлюється рядом важливих функцій, які виконує овочевий ринок: 1) забезпечення важливої складової продовольчої безпеки країни; 2) сировинне забезпечення галузей харчової промисловості; 3) формування значної частини доходів селян; 4) розвиток соціальної та економічної інфраструктури сільської місцевості.

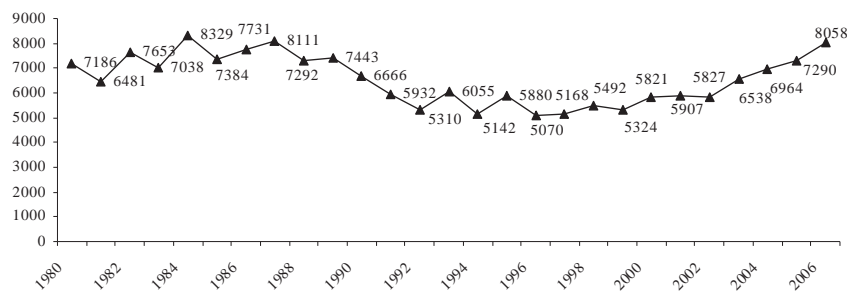
### ОГЛЯД ПУБЛІКАЦІЙ ТА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

До проблем розвитку овочевого ринку неодноразово зверталися вітчизняні науковці.

Так, слід відзначити П. Саблука, І. Бачуріну, А. Лисецького та ін., які досить ґрунтовно розробили теоретико-методичні основи досліджень субринків продукції рослинництва та фахівців Проекту аграрного маркетингу (ПАМ), які, спеціалізуючись на плодоовочевій продукції, постійно публікують дані щодо поточного стану відповідних ринків в Україні. Однак якщо роботи названих науковців в основному розглядають більші субринки (наприклад, аграрний ринок у П. Саблука або ринок плодоовочевої продукції у І. Бачуріної), то експертам-практикам не вистачає науково-методичного інструментарію і системного підходу, має місце брак комплексних досліджень овочевого ринку України. Тому метою даної статті є визначення основних тенденцій та перспектив розвитку овочевого ринку в Україні.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Як зазначають спеціалісти [2], Україна має достатні обсяги виробництва плодоовочевої продукції. Посівні площі, які виділяються для



**Рис. 1. Валовий збір овочевих культур по Україні, тис. т**

Джерело: побудовано за даними [4]

посіву й садіння у господарствах усіх категорій, валові збори залишаються майже на однаковому рівні з року в рік. Це ж підтверджують статистичні дані, наведені на рис. 1.

Водночас можна відмітити, що у 90-ті роки минулого століття овочівництво на Україні відчувало ту ж системну кризу, що й усе сільське господарство країни. Це відображається перш за все у зменшенні обсягів виробництва овочевої продукції, причому не за рахунок зменшення посівних площ, а за рахунок падіння урожайності.

Переломним етапом для розвитку овочевого ринку в Україні стали 1999-2001 рр., коли занепадаюче овочівництво, нарешті, проявило певні стабілізаційні риси. У цей період активно почали змінюватися усі складові ринку: структура каналів збуту та суб'єктів ринку, специфіка попиту та ціноутворення тощо.

Збільшення доходів населення в період з 2000 по 2006 рр. привело до бурхливого зростання роздрібною торгівлі в Україні. У 2006 році зростання темпів роздрібною торгівлі прискорилося, у середньому по Україні воно склало 25%, а в деяких регіонах, таких як Одеса та Київ, — 35%, тоді як у 2005 році ці показники склали 23% і 42% відповідно [3]. Що стосується супермаркетів і гіпермаркетів, то якщо питома вага магазинів даного формату в загальному роздрібному товарообігу, за підсумками 2004, року склала 11% від загального роздрібного товарообігу України, то в 2006 році цей показник склав 20%. У великих містах, таких як Київ, Харків, Дніпропетровськ це значення сягає 40% і більше. Існує думка експертів, що в наступні 6—10 років темпи роздрібною торгівлі в Україні будуть щорічно збільшуватися в середньому на 10% [1].

Роздрібна торгівля овочевою продукцією має свої характерні риси. У 1990 році через торгову мережу підприємств продавалося 2342 тис. тонн овочів, а в 2003 році — тільки 137 тис. тонн овочів, у 2004 році — 156 тис. тонн, а в 2005 р. обсяг реалізації через торгову мережу склав 182 тис. тонн, що складає лише 8% від рівня 1990

року. Водночас, кількість ринків збільшилася з 1576 до 2514, і на даний час ринки є основним каналом реалізації плодоовочевої продукції. Якщо через ринки в 1990 році продавалося близько 1 млн тонн овочів, то зараз цей показник має складати близько 2,3 млн тонн [1].

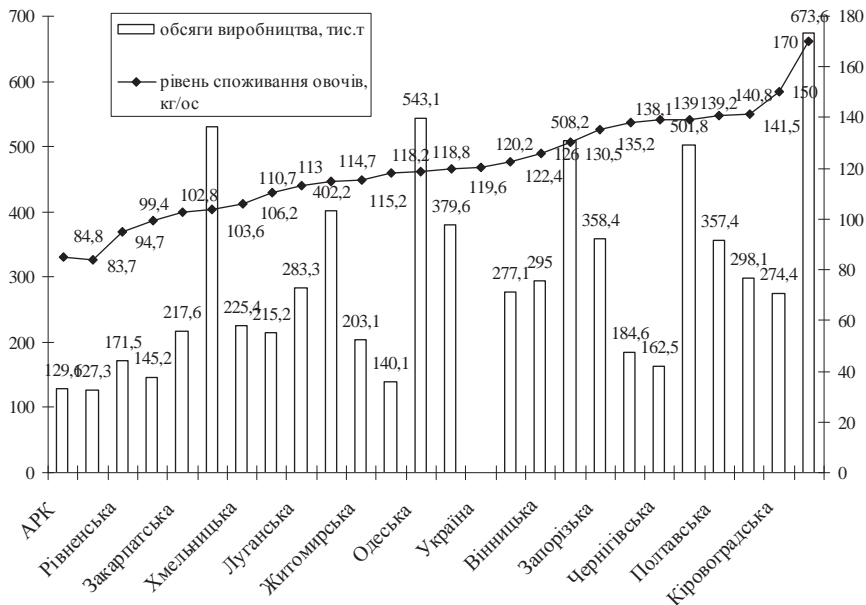
По мірі збільшення торгової маржі оптової та роздрібною ланки протягом декількох років

можна спостерігати зміну структури роздрібною ціни свіжих овочів з 16% у 2004 році до 42% у 2005 році. Для порівняння: в країнах ЄС даний показник складає 80% [1].

На даний час в абсолютній більшості роздрібних мереж продається непідготовлена продукція. Однак збільшення торгової маржі сприятиме поліпшенню якості свіжих овочів завдяки залученню нових інвестицій в інфраструктуру передпродажної підготовки овочевої продукції. Водночас неперероблена овочева продукція (така, що не пройшла принаймні первинну доробку: миття, сортування, пакування тощо) у найближчий час вже не буде розглядатися як споживчий товар. Так, у структурі світової торгівлі агропромисловою продукцією спостерігаються наступні тенденції: у експорті розвинутих країн стабільно зростає вага обробленою сільськогосподарської продукції, у країн, що розвиваються, навпаки, — необробленою, яка на сьогодні відповідно до новітніх вимог споживачів не може розглядатися як готовий продукт, а є скоріше сировиною. Такий розподіл праці з часом все більш закріплюється, оскільки експорт сировини є значно менш прибутковим, ніж експорт обробленою продукції, а тому підприємства АПК у країнах, що розвиваються, не мають, на відміну від підприємств розвинутих країн, достатніх фінансових ресурсів для створення технологічної бази для обробки аграрної сировини [5]. Отже, як свідчать світові тенденції, дороблена плодоовочева продукція поступово витісняє з ринків свіжу необроблену продукцію, переводячи останню у роль сировини.

Відсутність єдиних стандартів, які могли б використовувати роздрібні мережі, оптові компанії та виробники, сприяє втраті довіри між учасниками ринку, тому роздрібні мережі повинні сприяти впровадженню єдиних стандартів. У даному випадку можна взяти за основу стандарти ЄС.

Спостерігаються значні відмінності у тенденціях розвитку регіональних овочевих ринків



**Рис. 2. Середньорічний рівень споживання та обсяг виробництва овочів по регіонах України у 2005 році, кг/особу та тис. т**

Джерело: побудовано за даними [7]

й передовсім їх кількісних та якісних параметрах (рис. 2). Основні параметри регіональних ринків овочевої продукції Бутко М. та Бачуріна І. [6] сьогодні визначають: споживчі традиції, природнокліматичні умови та географічне положення, які за сукупністю впливу дають змогу виділити чотири групи регіонів за принципами формування попиту та пропозиції на ринку:

1) регіони з помірним рівнем споживання та рівнем самозабезпечення менше 100%, котрі мають велику кількість населення (АРК, Київська та Донецька області) формують основний попит на міжрегіональному ринку;

2) регіони з високим рівнем споживання та самозабезпечення овочевою продукцією (Полтавська, Кіровоградська, Херсонська та ін.), які формують найбільшу за обсягами пропозицію на міжрегіональному ринку та значною мірою забезпечують потреби першої групи;

3) регіони з помірним рівнем споживання та високим рівнем самозабезпечення (Одеська, Миколаївська області та ін.), на долю яких припадає потужна пропозиція на міжрегіональному ринку, а також експорт;

4) інші регіони, які суттєво не впливають на міжрегіональну торгівлю овочевою продукцією, оскільки не формують ані потужного попиту, ані пропозиції (Чернігівська, Івано-Франківська, Сумська області).

Для врегулювання даних відмінностей та балансування міжрегіонального попиту та про-

позиції овочевої продукції необхідно є мережа гуртових ринків, яка на сьогодні в Україні фактично відсутня.

Прийняття Закону України "Про оптові сільськогосподарські ринки" (проект якого уже розроблений групою депутатів за підтримки експертів Інституту розвитку аграрного ринку) має забезпечити формування організаційно і технологічно однотипних моделей регіональних ринків, спроможних забезпечити відкритий та ефективний рух товарних потоків сільськогосподарської продукції та встановлення реальних ринкових цін на неї.

За оцінками розробників законопроекту, для цього необхідно, щоб через систему оптових ринків проходило за-

лежно від специфіки того чи іншого виду сільськогосподарської продукції від 10 до 20% загальних обсягів товарних потоків. Ціни, які формуються на оптових ринках, мають стати основою для ціноутворення при здійсненні інших форм оптових продаж за іншими каналами збуту.

Експертами-практиками високо оцінюється експортний потенціал вітчизняної плодоовочевої продукції [8, 9, 10]. Насамперед до продукції, яка може успішно експортуватися на ринки ЄС, відносять баштанні культури. Виробництво кавуна в Україні зараз значно перевищує попит на нього, у результаті чого ціна цього товару на внутрішньому ринку набагато нижче, ніж на ринку ЄС. Крім того, певні перспективи мають [1]: солодкий перець, баклажани, цибуля, рання капуста, ранні й пізні помідори, салат, цукрова кукурудза.

Також Україна може успішно конкурувати навіть з європейськими виробниками по тих продуктах, збирання яких є трудомістким (наприклад, спаржа). Відзначимо також, що Польща є одним з найбільших експортерів свіжої і замороженої спаржі в Європі, незважаючи на те що собівартість виробництва цього товару у польських фермерів приблизно на 45—65% вище, ніж розрахунковий показник в Україні [1]. До того ж, польські гуртові торговці часто закуповують в Україні солодкий перець та цибулю, пакують її та з маржею у 100—200% продають у ЄС.

**Таблиця 1. Введення в дію окремих інфраструктурних потужностей**

Елемент інфраструктури	Роки						
	1990	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Сховища для картоплі, овочів та фруктів, тис. т одночасного зберігання	221	10	5	0,2	1,1	1,6	12,7
Силосні та сінажні споруди, тис.куб. м	1450	17	6	21	7	5	–
Водопроводи магістральні сільськогосподарського призначення, км	214	2	7	–	–	–	13
Автомобільні дороги з твердим покриттям внутрішнього господарського призначення, км	7023	294	224	79	70	54	35
Склади механізовані для зберігання мінеральних добрив, отрутохімкатів та вапняних матеріалів, тис. тонн одночасного зберігання	286	0,6	0,03	0,2	2,5	31,5	0,3

Джерело: [7]

До основних перешкод активізації експортної діяльності операторів овочевого ринку України можна віднести такі: 1) нестабільна якість та обсяги виробництва; 2) невідповідність вітчизняної плодоовочевої продукції європейським стандартам; 3) низький рівень розвитку ринкової інфраструктури (табл. 1).

Вітчизняні науковці доводять [11], що ефективна ринкова інфраструктура прямо впливає на конкурентоспроможність продукції як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Основними конкурентними перевагами вітчизняної плодоовочевої продукції на світових ринках вітчизняні науковці вважають: органічність виробництва та низьку операційну собівартість. Водночас низькі виробничі операційні витрати не обов'язково забезпечуватимуть конкурентоспроможність на зовнішніх ринках, де кінцева ціна значною мірою обумовлена ефективністю каналів товароруку. Так, наприклад, у Китаї значні втрати при зберіганні та транспортуванні (в середньому 30% зібраних овочів) та високі торговельні надбавки (від 100%) не дають змоги використати на зовнішніх ринках переваги низьких виробничих витрат.

## ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

Отже, як показало проведене дослідження, ключовими проблемами розвитку овочевого ринку України є передусім незадовільний стан ринкової інфраструктури (що ускладнює структурування ринку, сприяє спекулятивним операціям на ринку та в цілому знижує ефективність його функціонування) та невідповідність вітчизняної овочевої продукції вимогам часу (добробка, стандартизація, сертифікація якості та безпеки EuroGar тощо). У сукупності обидві ці проблеми свідчать про гостру потребу у значних інвес-

тиційних ресурсах, які дадуть змогу створити умови для реалізації потужного економічного (у тому числі й експортного) потенціалу овочевого ринку України. Тому пошук ефективних джерел та механізмів інвестування у елементи даного ринку має стати предметом подальших досліджень.

## Література:

1. Проект аграрного маркетингу на замовлення Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) // [www.lol.org.ua/](http://www.lol.org.ua/)
2. Левчук Н.І., Левчук О.М. Аналіз ситуації з виробництвом, заготівлею, зберіганням та реалізацією плодоовочевої продукції в Україні // *Економіка АПК*. — 2003. — № 5. — С. 100—106.
3. <http://ukrstat.gov.ua/> — Офіційний сайт державного комітету статистики України.
4. Форма 29-СГ — "Звіт про площі, валові збори та урожайність сільськогосподарських культур" // [www.minagro.gov.ua](http://www.minagro.gov.ua)
5. Бачуріна І. Тенденції розвитку аграрних ринків на загальнодержавному та глобальному рівнях // *Економіка АПК*. — 2007. — № 8. — С. 106—108.
6. Бутко М., Бачуріна І. Регіональні ринки овочевої продукції: сутність, визначення та тенденції розвитку // *Агросвіт*. — 2007. — № 10. — С. 23—27.
7. Сільське господарство України: Статистичний збірник. — К.: Держкомстат України, 2007. — 370 с.
8. Гетьман Т. Стратегічні перспективи плодоовочевого бізнесу в Україні: у чому наші переваги та недоліки // *Агрогляд: овочі та фрукти*. — 2007. — № 1—2 (57—58). — С. 13—14.
9. Ємченко М. Україна: тенденції та перспективи імпорту свіжої плодоовочевої продукції // *Матеріали третьої міжнародної конференції "Овочі і фрукти України-2006. Відкритий ринок"*. — К.: ІА "АПК-Інформ", 2007. — С. 8—10.
10. Кирбс А. Фруктово-овочна промисленість України и ее инвестиционные возможности // *Агрогляд: овочі та фрукти*. — 2006. — № 8 (12). — С. 12.
11. Бачуріна І. Інфраструктура аграрного ринку та її роль у розвитку аграрного сектору економіки України // *Агросвіт*. — 2007. — № 15. — С. 23—27.

Стаття надійшла до редакції 29.04.2009 р.