

УДК 342.531.41:338.432(477)

О. В. Захарчук,

д. е. н., завідувач відділом, Національний науковий центр "Інститут аграрної економіки"

СВІТОВИЙ РИНОК ОВОЧІВ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ

O. Zakharchuk,

doctor of Economics, head of the Department of the National Science Center "Institute of Agrarian Economics"

WORLD VEGETABLE MARKET AND UKRAINE

Досліджено проблеми розвитку ринку овочів у світі та Україні у сучасних умовах. Овочівництво є специфічною галуззю рослинництва, яка включає в себе великий набір овочевих культур, вирощуваних за різними технологіями, з різними термінами зберігання овочевої продукції, з різною собівартістю й ефективністю її виробництва.

В Україні для вирішення продовольчої проблеми потрібно збільшити реалізацію продукції в зимовий та весняний періоди. Пріоритетним напрямом удосконалення товарного руху овочевої продукції має стати упорядкування стихійних ринкових відносин з допомогою організації оптових продовольчих ринків. Однією з перспективних форм оптової торгівлі свіжою плодоовочевою продукцією в Україні та світі є збутові кооперативи.

The problems of development of the market of vegetables in the world and Ukraine in the modern conditions are investigated. Vegetable production is a specific branch of plant growing, which includes a large selection of vegetable crops grown under different technologies, with different shelf-life of vegetable products, with different cost and efficiency of its production.

In Ukraine, to solve the food problem, it is necessary to increase the sales of products in the winter and spring periods. The priority direction of improving the commodity movement of vegetable products should be to streamline spontaneous market relations through the organization of wholesale food markets. One of the most promising forms of wholesale of fresh produce in Ukraine and in the world is sales cooperatives.

Ключові слова: ринок овочів, світовий ринок, експорт-імпорт, овочівництво, ціна, реалізація.

Key words: vegetable market, world market, export-import, vegetable growing, price, realization.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Нині світовий ринок овочів розвивається під дією таких факторів: загострення продовольчої безпеки у багатьох країнах світу, що зумовлює підвищену увагу до овочів як одного із ос-

новних продуктів харчування з боку міжнародних організацій, глобалізація сільського господарства внаслідок пом'якшення торговельних бар'єрів, посилення ролі споживача та конкуренції на ринку овочів, підвищення вимог спо-

живачів до якості кінцевої продукції, впровадження інноваційних розробок у діяльність з виробництва сільськогосподарської продукції. Вагомим чинником, що визначає основні напрями подальшого розвитку овочевого ринку України, є стан та тенденції розвитку світового ринку овочів. Це в свою чергу впливає на підвищення ефективності виробництва овочів, поглиблення процесу вертикальної інтеграції та активізацію партнерських відносин.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженню сучасного вітчизняного та світового ринку овочів присвячено роботи таких відомих науковців, як: Амбросова В.Я., Бойка В.І., Близького Р.С., Вакуленка О.А., Власова В.І., Макаренка П.М., Писаренка В.В., Рудь В.П., Саблука П.Т., Супіханова Б.К., Ульяновченко О.В. та інші. Проте дослідження вивчення та обґрунтування напрямів посилення конкурентних позицій України на світовому ринку овочів залишається недостатньо вивченим.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку світового ринку овочів та обґрунтування напрямів посилення конкурентних позицій в ньому України.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕНЬ

Виробництво овочів (до них ФАО включає також дині) в кінці ХХ і на початку ХХІ ст. динамічно розвивається в більшості країн світу завдяки зростаючому попиту на овочеву продукцію на світовому і внутрішньому ринках. Вибуховий характер виробництва овочів відбувся у період з 1995 по 2005 рр. [3, с. 161]. Зростання виробництва овочевої продукції у світі, за визначений період, становило 327,4 млн т або на 57,3%, що перевищує темпи зростання населення. Це є свідченням того, що споживання овочів у світі зростає.

Найбільшими виробниками овочів у світі є Китай. В минулому році в Китаї посівні площі під овочевими культурами і валове виробництво овочів склали відповідно 42,8 і 51,6% від світового обсягу. За цими двома показниками Китай вийшов на перше місце в світі за допомогою інновацій і впровадження техніки в овочівництві. У Китаї в результаті здійснення програми "Овочевий кошик" із 80-х років минулого століття в країні спостерігався бурхливий розвиток овочівництва, яке вже стало опорною

галуззю розвитку національного сільського господарства. Пояснюється це зростанням виробництва для власних потреб, що обумовлюється зростанням чисельності населення в Китаї і рівня життя в країні, так і концентрацією виробництва овочевої продукції для зростаючого японського ринку.

За рахунок дешевої робочої сили, кращих природно-кліматичних умов та розвитку технологій, які дозволяють довше зберігати свіжу продукцію, не втрачаючи її властивостей, великим компаніям, що спеціалізуються на торгівлі овочевою продукцією, вигідніше інвестувати кошти у виробництво овочів у менш розвинених країнах, ніж у країнах, де споживається найбільше цієї продукції на душу населення (Японія, США, країни ЄС). Це і пояснює суттєве зменшення частки світового виробництва овочів у цих країнах.

Значно зросло (у більшості випадків більш, ніж у 4 рази) виробництво овочевої продукції у Єгипті, Мексиці, Індії, Туреччині, що дозволило цим країнам увійти в десятку найбільших країн-виробників цього ринку та витіснити з нього такі країни як Франція та Японія. Як і у випадку з Китаєм, це пояснюється наближенням цих країн до найбільших ринків овочевої продукції та вигідністю, через дешевші ресурси, інвестувати кошти у виробництво овочевої продукції саме тут, а не безпосередньо у розвинених країнах.

Про ознаки зростання світових темпів приросту овочів свідчить показник виробництва на душу населення. Так, у 1990 році у світі вироблялося 88 кг овочів на душу населення, а у 2015 році — 138 кг. Найбільше овочів на душу населення виробляється в Китаї — понад 400 кг, Греції — 296 кг, Іспанії — 273 кг, Білорусі — 245 кг. Споживання овочів знаходиться у прямо пропорційній залежності від рівня доходу, при цьому пропозиція на душу населення є найбільшою у країнах з високим рівнем доходу. У таких країнах пропонується ширший вибір продуктів, оскільки більше різноманіття продукції дає місцеве виробництво, а додаткова кількість, для задоволення зростаючого попиту, імпортується.

Україна входить до числа провідних світових виробників овочів. Частка України у світовому виробництві овочів у 2015 році складала 1%. За період з 1961 по 2015 рік виробництво овочів в Україні зросло на 6,5 млн т. або втричі. Основними регіонами виробництва овочів в Україні є Вінницька, Дніпропетровська, Донецька, Київська, Львівська, Луганська, Одеська, Полтавська, Херсонська, Харківська області, в яких

у 2015 році було зосереджено близько 60% усього виробництва овочів.

В Україні на сьогодні основним місцем реалізації овочевої продукції залишаються міські ринки, оскільки вони вже стали традиційним для споживачів місцем для закупування овочів [1, с. 53]. Причина в тому, що на ринки продукція надходить свіжою, має кращий товарний вигляд, є можливість вибору. Крім цього, ринкові продавці більш гнучкі стосовно попиту і пропозиції, що відображається на роздрібних цінах. На ринку свіжих овочів відбувається переорієнтування споживачів на продукцію вітчизняного виробництва, що зумовлено також і зростанням пропозиції, перш за все тепличної (томати, огірки, зелень).

Останніми роками все більший попит має екологічно безпечна продукція. Основними мотивами придбання такої плодоовочевої продукції є потреба у захисті дітей, різні захворювання, харчова цінність [2, с. 365].

Труднощі із забезпеченням ринку свіжою овочевою продукцією протягом 2015 року створило сприятливі умови для міжнародної торгівлі та сприяло глобальній інтеграції в секторі свіжих овочів. Разом з тим, більша частина овочів виробляється для споживання на внутрішні ринки, а на міжнародному ринку продається лише 4,4 % світового виробництва овочів. Експорт традиційно представляв малу частку ринку свіжих овочів, здебільшого через торговельні бар'єри та технічні труднощі і витрати на перевезення на великі відстані. Проте лібералізація торгівлі, яка впроваджується СОТ, а також через регіональні торговельні угоди розширила ринковий доступ та забезпечила необхідні механізми для боротьби з торговельними бар'єрами, як-от необгрунтовані санітарні та фітосанітарні обмеження.

Попри те, що в загальному виробництві переважно зорієнтоване на задоволення потреб внутрішнього ринку, розвинуті країни, і ті, що розвиваються, дедалі більше виробляють фрукти та овочі для експортних ринків. При цьому, якщо Китай та Індія зможуть довести рівень експорту овочевої продукції до 10% виробництва, одне це зможе викликати подвоєння (до 20%) частки експорту у глобальному виробництві. Більша частка світового виробництва овочів споживається у свіжому вигляді. У розвинутих країнах споживання перероблених овочів часто становить більше половини загального обсягу споживання овочів.

Найперший овоч, що виробляється для ринку свіжої продукції та подальшої переробки і продається на всесвітньому ринку, — помідор.

При цьому середній світовий обсяг експорту помідорів, починаючи з 2000 року, не знижувався. Китай домінує як у виробництві помідорів, так і у виробництві томатної пасти. Як окрема країна, США є домінуючим гравцем у міжнародній торгівлі свіжими овочами, яка посідає перше місце як імпортер, і як експортер, на рахунок якої припадає 18% або приблизно 40 млрд доларів світового обсягу торгівлі свіжими овочами та фруктами.

В Європі основним ринком для імпорту овочів є Німеччина, основними постачальниками є Турція, Іспанія та Італія, а Нідерланди відіграють головну роль у процесі фізичного розподілу (дистрибуції) продукції. США є найбільшим світовим експортером свіжих овочів і, перш за все, помідорів та цибулі. Частину овочів ЄС імпортує з Південної Африки, Марокко, Чилі, Аргентини, Нової Зеландії, Турції та Ізраїлю. Кожна країна має довгострокові тісні торговельні стосунки з принаймні однією країною-членом ЄС. Наприклад, Південна Африка та Нова Зеландія мають міцні зв'язки з трейдерами на ринку Великої Британії.

Торгівля між США та Азією значно розширилась завдяки високим темпам економічного зростання та кращому доступу до ринку, чого було досягнуто здебільшого через багатосторонній процес лібералізації торгівлі та постійне зменшення торговельних бар'єрів. Один японський ринок імпорту представляє приблизно 4% загального обсягу світової торгівлі свіжими овочами.

Стратегічні альянси та спільні підприємства дозволяють малим та великим компаніям та фірмам, що мають справу із свіжою овочевою продукцією, ефективно торгувати на світовому ринку. Поява у міжнародній торгівлі виробників-реалізаторів, на відміну від традиційних імпортерів та експортерів, диверсифікують міжнародні маркетингові канали.

Експорт овочів Україною за останні 11 років зріс у понад 10 разів, за рахунок різниці цін на внутрішньому і зовнішніх ринках. Ціна на овочі в Україні досить низька, зокрема, на моркву навіть нижча, ніж у Польщі, яка є нашим основним конкурентом з експорту борщової групи овочів. Якщо істотна різниця в цінах на овочі між Україною і зовнішніми ринками збережеться надалі, то експортні обсяги можуть ще збільшитися.

По виробництву борщового набору (буряк, морква, цибуля та ін.) ми на одному з перших місць в Європі. Але проблема в тому, що цю продукцію виробляють в приватних господарствах, а доля професіоналів є незначною.

Аналізуючи динаміку імпорту в овочеву продукцією за останні 5 років, можна зробити висновок, що величина його зростає з кожним роком. В Україну щороку завозиться від 150 до 300 тис. т плодоовочевої продукції на суму приблизно 150—250 мільйонів доларів. Перш за все, слід відзначити зростання імпорту помідорів, ввезених з Туреччини, Єгипту, Іспанії, Греції, Нідерландів. Значно збільшилося і споживання імпортової моркви, часника та столового буряка. Основними країнами-експортерами були Китай, Нідерланди, Польща та Словенія. Імпорт борщового набору залежить від дефіциту на Україні. Наприклад, в цьому році, зважаючи на нашу врожайність, імпорту практично відсутній.

За останніх п'ять років розвиток плодоовочевого сектору дуже гарний, іде гарне інвестування, розвивається інфраструктура, український ритейл та мережі супермаркетів вже поступово звикають до нашого продукту.

Україна може поставляти в Європу якісну і дешеву овочеву продукцію. Для цього вона повинна вийти на виробництво 30 млн т овочів щороку (в 2016 році виробництво становило — 10,0 млн т). Основними чинниками, що впливають на посилення позицій вітчизняної галузі овочівництва, є реструктуризація власності підприємств, що продовжується, консолідація капіталу і збільшення масштабів бізнесу.

Характерним для розвинутих країн і дієвим механізмом ринку є система оптового продажу, цивілізований маркетинг (вивчення попиту і пропозиції, доставка товарів до місця споживання, зберігання і реалізації, реклама, укладання торгових угод), а також здорова конкуренція.

Для більшості сільськогосподарських виробників України ці складові знаходяться поки що у зародковому стані. Плодовий оптовий ринок в Україні поки що зорієнтований не на виробництво власної дешевшої і якіснішої продукції, а на реалізацію дорогої імпортованої продукції, що негативно позначається на економіці галузі.

Розпад централізованої системи розподілу сільськогосподарської продукції і продовольства, брак нової системи, яка відповідала б умовам ринкової економіки на фоні скасування всіх видів контролю за цінами, призвели до виникнення великої кількості посередницьких структур і приватних осіб, що зацікавлені в одержанні максимального прибутку будь-яким способом.

Підвищення ефективності овочевого виробництва потребує введення дієвої системи ціно-

вого механізму, який базується на поєднанні державного й ринкового регулювання. Нинішня система ціноутворення в овочепродуктовому підкомплексі країни не забезпечує саморегулювання, оскільки не створює паритетності у міжгалузевому обміні й за суттю є гальмом розвитку галузі.

У структурі експорту сільськогосподарської продукції переважають поки що зерно, цукор, олія. Свіжих овочів дуже мало, але ціни на зовнішньому ринку та можливість надходження валютної виручки залишаються привабливими для вітчизняних овочівників. Це сприятиме в перспективі розширенню експорту продукції овочівництва та продуктів їхньої переробки, пошуку нових ринків збуту, збережеться високий попит на вітчизняну овочеву продукцію.

Проблема просування овочевої продукції на зовнішній ринок пов'язана з орієнтацією на світові стандарти якості та норми безпеки продуктів харчування. Все це потребує розробки й затвердження на державному рівні стандартів якості та сертифікації.

Експорт — дуже перспективний канал збуту продукції для великих господарств, а також об'єднань фермерів. Нині питома вага цього каналу реалізації становить не більше 3%, але експорт овочів має потенціал, тому що вітчизняна плодоовочева продукція конкурентніша за ціною, що є одним із головних аргументів під час вибору постачальника. В умовах надвиробництва, що спостерігається в окремих видах продукції, істотно збільшуються ризики зниження цін до рівня собівартості. Зменшити ці ризики можна за допомогою експорту. На сьогодні основними зовнішніми ринками для експорту овочів є Росія, Білорусь, Литва, Латвія, Польща. Перспективними ринками визнано країни Західної Європи. Експортні ціни, за мінусом маркетингових витрат, ненабагато вищі за роздрібні ціни на таку саму продукцію в Україні, що дає змогу мати достатню рентабельність.

Пропозицію і внутрішній попит на овочі та баштанні культури повністю забезпечує вітчизняний виробник. Близько 90% вирощених овочів припадає на господарства населення. У формуванні загального обсягу попиту та пропозиції на імпортно-експортні поставки припадає близько 5 відсотків. На внутрішньому ринку спостерігається тенденція підвищення цін на овочеву продукцію (5—20%). Зумовлено це інфляційними процесами та загальним подорожчанням продуктів харчування в Україні й світі. Основна маса овочевої

продукції надходить на міські та стихійні ринки.

ВИСНОВКИ

Подальший розвиток ринку овочевої продукції та набуття ним рис цивілізованості і регульованості передбачає науково-обґрунтовану державну політику у сфері регулювання виробництва й цін на ринку овочевої продукції, створення досконалої інфраструктури ринку овочевої продукції, інформованості й мобільності виробників та споживачів при виборі місця й змісту реалізації овочевої продукції, використання сучасних маркетингових стратегій, методів регулювання.

Література:

1. Кучеренко Т. Ринок овочів і баштанних культур в Україні: поточна кон'юнктура і прогноз / Т. Кучеренко // Пропозиція. — 2008. — № 12. — С. 46—49; — 2009. — № 1. — С. 52—56.
2. Рудь В.П. Значення овочевого ринку в продовольчій безпеці України / В.П. Рудь // Вісн ХНАУ Сер. "Економіка АПК і природокористування" — 2009. — № 11. — С. 363—368.
3. Супіханов Б.К. Розвиток ринків аграрної продукції: монографія / Б.К. Супіханов. — К.: ННЦ ІАЕ, 2009. — 530 с.
4. Скупський Р.М. Актуальні аспекти формування та функціонування овочевого ринку / Р.М. Скупський // Продовольчі ресурси. Серія: Економічні науки. — 2015. — № 4. — С. 62—70.
5. Ульянченко О.В. Стан та перспективи розвитку овочепереробної галузі України / О.В. Ульянченко, Н.В. Прозорова // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Сер.: Економічні науки. — 2014. — № 7. — С. 49—57.
6. Вакуленко О.А. Конкурентна позиція сільськогосподарських підприємств при виході на зовнішній ринок / О.А. Вакуленко, Л.В. Назарова // Студентський науковий вісник, № 1. — 2009. — С. 3—6.
7. Кучеренко Т.М. Ринок овочів і баштанних культур в Україні: поточна кон'юнктура і прогноз / Т.М. Кучеренко // Пропозиція. — 2009. — № 1. — С. 52—56.
8. Близький Р.С. Аналіз експортно-імпортних обсягів продажу овочів в Україні / Р.С. Близький // Економіка, менеджмент, підприємництво: зб. наук. пр. — СНУ ім. В. Даля. 2012. — № 24 (1). — С. 46—52.

References:

1. Kucherenko, T. (2008), "Market of vegetables and melons in Ukraine: current market

conditions and forecast", Propozytsiia, vol. 12, pp. 46—49, vol. 1 (2009), pp. 52—56.

2. Rud', V.P. (2009), "The value of the vegetable market in Ukraine's food security", Visn KhNAU Ser. "Ekonomika APK i pryrodokorystuvannia", vol. 11, pp. 363—368.

3. Supikhanov, B.K. (2009), Rozvytok rynkiv ahrarnoi produktsii [Development of markets for agrarian products], NNTs IAE, Kyiv, Ukraine.

4. Skups'kyj, R.M. (2015), "Current aspects of the formation and functioning of the vegetable market", Prodoval'chi resursy. Seriiia : Ekonomichni nauky, vol. 4, pp. 62—70.

5. Ul'ianchenko, O.V. and Prozorova, N.V. (2014), "The state and prospects of the Ukrainian vegetable processing industry", Visnyk Kharkiv-s'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu im. V. V. Dokuchaieva. Ser.: Ekonomichni nauky, vol. 7, pp. 49—57.

6. Vakulenko, O.A. and Nazarova, L.V. (2009), "Competitive position of agricultural enterprises when entering the external market", Students'kyj naukovyj visnyk, vol. 1, pp. 3—6.

7. Kucherenko, T.M. (2009), "Market of vegetables and melons in Ukraine: current situation and forecast", Propozytsiia, vol. 1, pp. 52—56.

8. Blyz'kyj, R.S. (2012), "Analysis of export-import volumes of sales of vegetables in Ukraine", Ekonomika, menedzhment, pidpriemnytstvo: zb. nauk. pr. SNU im. V. Dalia, vol. 24 (1), pp. 46—52. *Стаття надійшла до редакції 19.01.2018 р.*

www.economy.nayka.com.ua

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

Видання включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з ЕКОНОМІКИ

e-mail: economy_2008@ukr.net

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73