

РИНОК. ЦІНОУТВОРЕННЯ. ІНФРАСТРУКТУРА

УДК 338.439

ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКУ ОВОЧІВ В УКРАЇНІ ©

Р.В. ЛОГОША,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри аграрного менеджменту,
Вінницький національний аграрний
університет
(м. Вінниця)

У статті розглянуто сучасний стан ринку овочів в процесі трансформації економічної системи з урахуванням вітчизняних особливостей і тенденцій. Визначено і досліджено етапи формування та функціонування ринку овочів в Україні, що дозволило виділити ряд специфічних особливостей, що його характеризують. Визначено і проведено аналіз результатів діяльності виробництва овочів сільськогосподарськими підприємствами в Україні. Досліджено особливості діяльності господарств населення на вітчизняному ринку овочів. Обґрунтовано засади формування ціни на овочеву продукцію та визначено фактори впливу на неї. Проведено аналіз балансу виробництва і споживання овочевої продукції в Україні та структури продажу овочів сільськогосподарськими підприємствами за каналами реалізації. Досліджено причини зростання імпорту та незначного експорту овочевої продукції. Зазначено і обґрунтовано напрямки подальшого розвитку ринку овочів в Україні.

Ключові слова: овочі, овочеві культури, овочепродуктовий комплекс, овочівництво, ціна, реалізація, ефективність, ринок овочів.

Табл. 4. Рис. 1. Літ. 8.

Постановка проблеми. Глобалізація економіки гостро ставить питання про розвиток окремих галузей сільського господарства, які здатні забезпечити світову продовольчу безпеку. Крім того перехід аграрного сектору України до ринкової економіки і членство України в СОТ зумовлює необхідність вирішення в науковому плані значної кількості питань, пов'язаних з економічним розвитком галузевих комплексів агросектору. З огляду на те, що Україна вже сьогодні займає провідні позиції щодо світового виробництва аграрної продукції, природно виникають підстави до розгляду її як одного з пріоритетних ринків сільськогосподарської продукції. У той же час виникає комплекс питань, пов'язаних з повноцінним розвитком ринку овочів, які потребують негайного розв'язання, зокрема, концептуальних ринкових основ розвитку в умовах трансформації економіки, на основі аналізу стану й тенденцій його формування та організаційно-економічних проблем його функціонування.

Диспропорції у виробництві овочевої продукції, низька її рентабельність, концентрація виробництва в господарствах населення, відсутність повноцінної агропромислової ринкової інфраструктури та системи маркетингу, критично низький рівень технічного та технологічного забезпечення промислового овочівництва, низька якість овочевої продукції та відсутність в Україні чіткої системи сертифікації сільськогосподарських підприємств за світовими та європейськими стандартами якості та норм безпеки продуктів харчування вказують на необхідність обґрунтування напрямів і заходів щодо подальшої модернізації галузі овочівництва в умовах трансформації економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем розвитку аграрного ринку, зокрема ринку овочів, висвітлені в роботах В. Андрійчука, В. Амбросова, В. Бойка, М. Бутко, Б. Губського, В. Криворучка, Т. Кучеренко [3], А. Лисецького, В. Муковоза, В. Роганіної, В. Писаренко [8], В. Рудь, П. Саблука, Р. Скупського [1, 2], О. Ульянченко [6], О. Шпикуляка тощо. Водночас дискусійними залишаються питання формування та функціонування ринку овочів в умовах трансформаційної економіки, з урахуванням зміни внутрішніх і зовнішніх чинників відновлення агроресурсного потенціалу країни.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз, обґрунтування теоретичних та практичних положень формування ринку овочів в Україні та розробка практичних рекомендацій та напрямків щодо забезпечення його ефективного функціонування і розвитку в умовах трансформаційних змін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Галузь овочівництва зазнала суттєвих організаційних змін, які істотно вплинули на формування й функціонування ринку овочів та продукції їх переробки.

Значимість становлення вітчизняного ринку овочів, у першу чергу, пояснюється властивостями овочів як товарної продукції, що виділяється певною споживчою вартістю та впливає на весь шлях реалізації даного продукту, за умов забезпечення належного рівня конкурентоспроможності продукції овочівництва, зокрема через зростання технологічного рівня аграрного виробництва [1, с. 64].

Визначення і дослідження етапів формування та функціонування ринку овочів дозволили виділити ряд специфічних особливостей, що його характеризують, зокрема: 1) забезпечення важливої складової продовольчої безпеки країни та соціальна залежність; 2) залежно від особливостей суб'єктів ринку, що вступають у товарообмін, останній структурується в оптовий та роздрібний ринки, де реалізується овочева продукція у свіжому та переробленому вигляді; 3) сезонність пропозиції, яка залежить від ресурсного потенціалу та природно-кліматичних умов внаслідок неспівпадіння робочого та виробничого періодів, що спричиняє сезонність споживання, відповідно істотне коливання ринкових цін на неї; 4) мала еластичність попиту на овочеву продукцію; 5) формування значної частини доходів господарств населення; 6) різноманіття форм власності в системі агропромислового виробництва, що спричиняє розпорошеність пропозиції й часто неефективне її формування тощо [2, с. 230].

Ринок овочів в Україні останніми роками динамічно розвивається, проте ще не насичений. Його відмінна характеристика від інших сегментів агросектору полягає в тому, що за правильного підходу до вирощування й маркетингу ця галузь є високорентабельною навіть у сезон перевиробництва овочевої продукції [3].

Площі, які зайняті під посівами овочів в Україні, демонструють динаміку до зменшення, і у 2014 році склали 463,8 тис га, що на 10,6%, або 54,8 тис. га, менше, ніж у 2000 році (табл. 1). Основні площі вирощування овочевих культур сконцентровано в областях з найбільш сприятливими умовами для їхнього вирощування (центральної, південної та східної частин України), на які припадає близько 63% від усього виробництва овочевих культур. Поступове зниження посівних площ з року в рік пояснюється суттєвим перевиробництвом овочевої продукції.

Таблиця 1

Динаміка виробництва овочів в Україні у 2000-2014 рр.

Показники	Роки							Відх., % 2014р. до 2000р.
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	
Посівна площа, тис. га	518,6	464,4	467,8	504,1	502,8	470,7	463,8	89,4
Урожайність, ц з 1 га	112,3	157,1	173,6	195,3	199,2	199,6	207,8	185,0
Валовий збір, тис. т.	5821,3	7295,0	8122,4	9832,9	10016,7	9396,2	9638,0	165,6
Виробництво на 1 особу, кг	118	155	177	215	220	217	224	189,8

Джерело: дані Держкомстату України [4]

З використанням прогресивних технологій та сучасних засобів виробництва урожайність овочевих культур має тенденцію до зростання. Так, з 2000 по 2014 рр. урожайність овочевих культур в Україні підвищилась на 85%. Результатом зростання урожайності є збільшення валового збору овочів на 65,6% та зростання на 89,8% виробництва овочів на 1 людину за аналізований період (табл. 1). Варто зазначити, що динаміка показників у 2013 та 2014 році, що наведена в таблиці 1, показана без урахування тимчасово окупованої території АР Крим та частини зони проведення антитерористичної операції.

Найбільшу питому вагу у структурі виробництва овочевих культур в Україні протягом 2000-2014 рр. займали господарства населення, частка яких в середньому складає 88%. Обсяг виробництва овочів сільськогосподарськими підприємствами за досліджуваний період збільшився на 36 %, а господарствами населення – 71,6% (табл. 2).

У ситуації, що склалася, господарства населення виявилися найбільш пристосованими до специфіки перехідного періоду до ринку. Без значних капітальних вкладень вони збільшують виробництво продукції, менш залежні від здорожчання енергоносіїв та інших матеріально-технічних ресурсів. Продукція цих господарств виявилася конкурентоспроможною на внутрішньому ринку. Саме тому їх можна вважати стабілізуючою формою господарювання, що стримує спад виробництва продукції тваринництва в сільському господарстві, а за умов безробіття забезпечує трудову зайнятість селян. В господарствах населення значно ефективніше вирощують овочеву продукцію.

Таблиця 2

Виробництво овочів в Україні за категоріями господарств у 2000-2014 рр.

Показники	Роки							Відх., % 2014р. до 2000р.
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	
Вироблено усіма категоріями господарств, тис. т	5821	7295	8122	9833	10017	9873	9638	165,6
з них: сільськогосподарськими підприємствами	986	781	964	1541	1434	1159	1341	136,0
господарствами населення	435	6514	7158	8292	8583	8714	8297	171,6

Джерело: дані Держкомстату України [4]

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.

Позитивні тенденції розвитку вітчизняного ринку овочів також зумовлені зростанням ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств, діяльність яких в сфері овочівництва є прибутковою. Дана ситуація забезпечується професійним підходом керівництва до організації процесу виробництва, вмінням використання новітніх технологій та засобів обробки ґрунту. Так, у 2014 році реалізація овочів в порівнянні з 2012 роком знизилась на 4,6%, проте повна собівартість 1 ц продукції підвищилась на 13%, а середні ціни реалізації зросли на 32%, що призвело до значного зростання прибутку та рівня рентабельності, що свідчить про відносно стабільний стан розвитку галузі (табл. 3).

Таблиця 3

Результати виробництва овочів сільськогосподарськими підприємствами в Україні у 2012-2014 рр.

Показники	Овочі – всього	у тому числі овочі відкритого ґрунту	Овочі закритого ґрунту
1	2	3	4
2012 рік			
Кількість реалізованої продукції, тис. т	826,2	698,7	127,5
Повна собівартість продукції, тис. грн	1759530,9	617216,6	1142314,3
Чистий дохід (виручка) тис. грн	1716537,9	575468,7	1141069,2
Прибуток (збиток) тис. грн	-42993,0	-41747,9	-1245,1
У розрахунку на 1 ц продукції:			
- повна собівартість, грн	212,97	88,34	896,11
- середня ціна реалізації, грн	207,77	82,36	895,13
Рівень рентабельності (збитковості), %	-2,4	-6,8	-0,1
2013 рік			
Кількість реалізованої продукції, тис. т	729,1	608,0	121,1
Повна собівартість продукції, тис. грн	1747132,5	656400,1	1090732,4

Продовження табл. 3

Чистий дохід (виручка) тис. грн	1833318,5	702367,5	1130951,0
Прибуток (збиток) тис. грн	86186,0	45967,4	40218,6
У розрахунку на 1 ц продукції:			
- повна собівартість, грн	239,64	107,96	900,96
- середня ціна реалізації, грн	251,46	115,52	934,18
Рівень рентабельності (збитковості), %	4,9	7,0	3,7
2014 рік			
Кількість реалізованої продукції, тис. т	788,1	672,6	115,5
Повна собівартість продукції, тис. грн	1896306,7	749638,8	1146667,9
Чистий дохід (виручка) тис. грн	2163764,2	874934,2	1288830,0
Прибуток (збиток) тис. грн	267457,5	125295,4	142162,1
У розрахунку на 1 ц продукції:			
- повна собівартість, грн	240,6	111,5	992,2
- середня ціна реалізації, грн	274,6	130,1	1115,2
Рівень рентабельності (збитковості), %	14,1	16,7	12,4

Джерело: дані Держкомстату України [4]

За останні роки загальний обсяг пропозицій овочів стабілізувався і навіть дещо зріс. Нині на ринок овочів надходить понад 30 видів свіжих овочевих культур. Їхня пропозиція на внутрішньому ринку продовольства України формується, в основному, за рахунок продукції вітчизняного виробництва.

Ціна, за якою усі категорії сільськогосподарських підприємств реалізують вироблену продукцію поряд із собівартістю, зі свого боку, впливає на формування рівня прибутковості бізнесу. Ціни реалізації овочів відкритого і закритого ґрунту значно коливаються за роками, що впливає на ефективність функціонування галузі.

Через високі ціни на ринку цибулі, капусти та моркви серед аграріїв поживалась зацікавленість цими культурами, тож на 2016 рік експерти прогнозують збільшення площ під ними. На радість споживачів, всі насінневі компанії фіксують збільшення продажів насіння капусти, цибулі та моркви, тобто у 2016 році площі під цими культурами будуть збільшені [5].

В умовах конкуренції в овочівництві важливо знати і постійно підвищувати рентабельність продажу різних овочевих культур, яка дає уяву про ступінь їх цінової конкурентоспроможності, і на основі цього оцінювати галузеву структуру овочівництва й обґрунтовувати пропозиції щодо її удосконалення з метою підвищення економічної ефективності досліджуваної галузі.

Велике значення для зростання рівня ефективності виробництва в сільськогосподарських підприємствах стало застосування інструментів маркетингу, а саме те, що виробниками проводяться маркетингові дослідження попиту, цін, кон'юнктури ринку, розробляються прогнози виробництва та маркетингові плани на наступний рік [6].

Проблема, яка постала останніми роками перед виробниками овочевої продукції – рентабельний збут продукції. Статистичні дані, що узагальнюють показники діяльності сільськогосподарських підприємств, показують, що ціни останніх двох років, за якими вони реалізують овочеву продукцію, повністю відшкодовують в повній мірі понесені витрати. Вже спостерігається менш швидке зростання собівартості основних видів овочевої продукції порівняно із зростанням

цін реалізації, що підвищує конкурентоспроможність продукції і збільшує прибутковість аграрного виробництва. Тенденції постійного росту собівартості виробництва овочів, з одного боку, і циклічного та значно більшого росту цін реалізації, з іншого, в сукупності з означеними тенденціями змін у формуванні виробничого потенціалу становлять одну з головних передумов підвищення господарського ефекту.

Попередні кілька років тотального перевиробництва та низьких цін на овочі витіснили із сегмента зайвих товаровиробників овочевої культури. Так, у 2011 році рекордне виробництво овочів зумовило дуже низькі ціни на ринку овочів. На ринку залишилися лише професіонали, які вирощують овочевої культури на великих площах [7]. Незважаючи на складні кліматичні умови, що призвели до зниження якості та зберігання овочевої продукції, цінові тенденції у 2014 році досягли своїх верхніх позначок, чим шокували потенційних споживачів і принесли прибутки виробникам овочів, які змогли удосконалити й зміцнити матеріально-технічну базу підприємств.

У господарств, які не відмовилися від овочівництва на користь рослинництва, виробничий сезон 2014 року виявився складним – посуха, засилля хвороб і шкідників на овочевих плантаціях, зниження якості та зберігання продукції через аномально дощову погоду в першу половину осені. І посередники, і представники торгових мереж у перші місяці осені активно скуповували навіть неякісний урожай, щоб убезпечитися від дефіциту товару впродовж осені-зими. Особливо наочним був цей процес щодо цибулі та картоплі, урожайність яких у 2014 році підвищилася, а якість урожаю залишала бажати кращого. Початкові ціни на ці товарні позиції відразу були високими. Вони ж підтягли за собою вартість усього борщового набору, через що продаж різко скоротився. Стабільно низькими залишалися впродовж сезону ціни на капусту. Проте господарства, що спеціалізувались на вирощуванні капусти від профільної культури не відмовилися, а почали шукати варіанти урізноманітнення асортименту й зниження собівартості продукції.

Поряд із зазначеними тенденціями відбулися й суттєві зміни у каналах реалізації овочевої продукції, які, на нашу думку, ще не набули оптимального співвідношення та якості. Так, у 1990 році структура реалізації овочів сільськогосподарськими підприємствами складалась наступним чином: переробним підприємствам – 89,4% (3775, 6 тис. т.), на ринку – 8,0% (337,7 тис. т.), населенню (в рахунок плати праці та пайовикам в рахунок орендної плати) – 2,6% (109,4 тис. т.), інші канали – 0%. До середини 90-х років частка реалізації овочів переробним підприємствам знизилася більш, ніж у вдвічі, а населенню і на ринку збільшилася майже шість разів. Продовження зазначених тенденцій прослідковується аж до середини першого десятиліття XXI століття. Починаючи з 2005 року зростає частка реалізації переробним підприємствам, яка у 2014 році склала 47% (447,8 тис. т.), і за іншими каналами – 48,9% (466,9 тис. т.). Проте реалізація овочів на ринку і населенню з кожним роком знижується і у звітному році складає 4% (38,1 тис. т.) і 0,1% (1,2 тис. т.) відповідно (рис. 1).

Крім цього, сучасний стан промислової переробки овочів зменшив зацікавленість великих господарств у розширенні площ та інвестування в галузь овочівництва. Водночас, глобалізація економічних зв'язків і здешевлення

логістичних схем зумовили масове завезення овочів в Україну з інших країн світу, де спостерігається стрімка спеціалізація галузі за принципом «вирощуємо вдома лише те, що прибуткове, а все інше купуємо» [8].

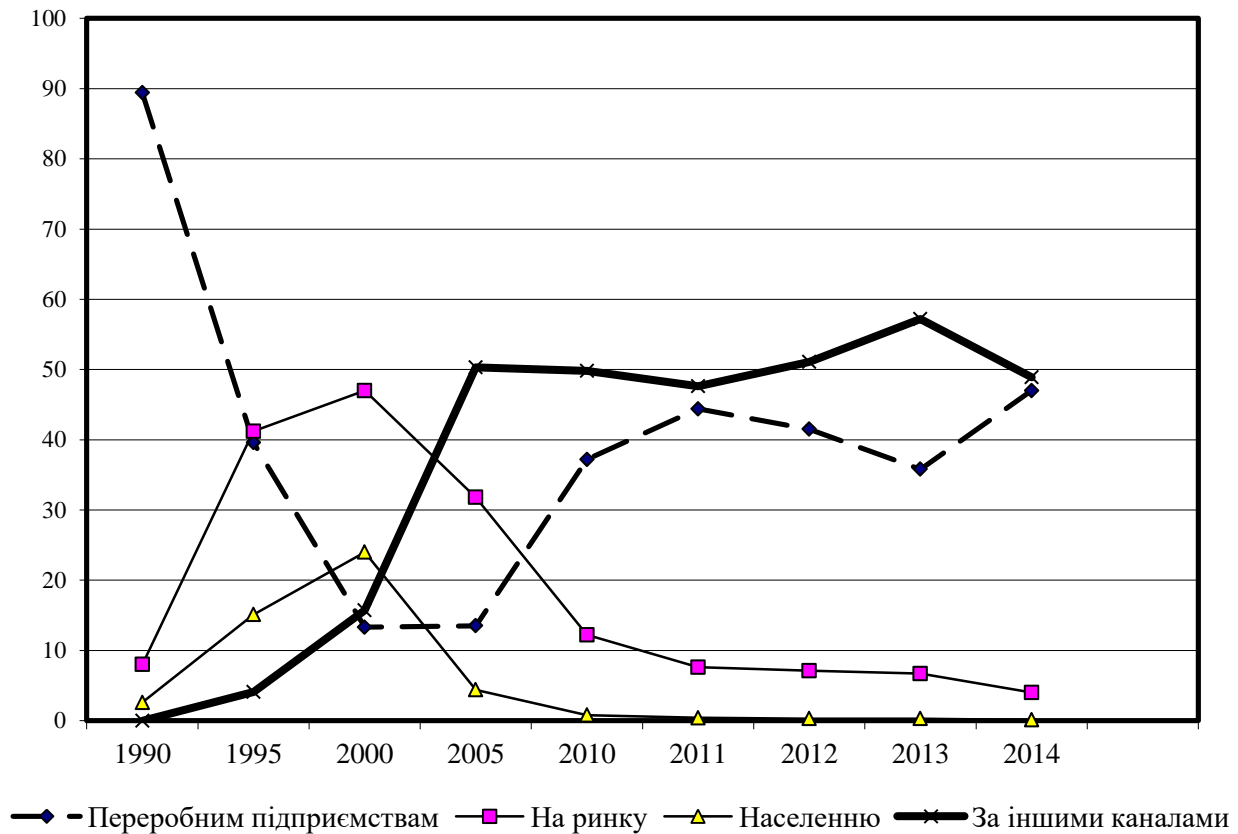


Рис. 1. Структура реалізації овочів сільськогосподарськими підприємствами за основними каналами у 1990-2014 роках, %

Низький рівень забезпечення якісною сировиною овочепереробних підприємств в Україні є наслідком розвитку деструктивних процесів у ланцюгу «виробник – переробне підприємство», передусім, в контексті державного регулювання як виробництва овочів, так і їх реалізації переробним підприємствам.

Середньо- та довгострокові коливання цін є визначальними при формуванні довгострокових очікувань виробників як основи їх стратегічних рішень щодо згортання чи розширення виробництва. Їх значна з року в рік амплітуда та тенденція незначного довгострокового зростання деформує переваги овочівництва як привабливого для господарювання сегменту сільськогосподарського виробництва. Іншою стороною проблеми є висока собівартість переробки, особливо при низькому завантаженні переробних потужностей, що виливається в високу граничну собівартість одиниці продукції, що перероблюється.

Основоположним етапом планування виробництва й використання продукції овочівництва є баланс її споживання, в якому відображається плановий рух овочевої продукції та окремих продуктів її переробки. Баланс формування й використання загальнодержавних овочепродовольчих ресурсів у 2014 р. свідчить,

що із загальної пропозиції овочів і баштанних продовольчих культур у 10365 тис. т на продовольство використовується 67,7%, на корм – 16,0 %, на посадку – 1,2 %, експорт – 3,5 %, втрати складають близько 11,3 % (табл. 4).

Якщо у 2000 році виробництво овочів і баштанних продовольчих культур в країні становило 6195 тис. т, то в 2010 році – 8873 тис. т. І лише з 2010 по 2012 роки виробництво овочевих культур демонструє динамічне зростання. Як наслідок, рівень самозабезпеченості України овочами і баштанними продовольчими культурами (відношення виробництва до внутрішнього використання в Україні) поступово зростає і у 2014 році склав 103,4 %, що показує наскільки фонд споживання задовольняється власним вітчизняним виробництвом овочевої продукції.

Таблиця 4

Баланс овочів і баштанних продовольчих культур в Україні, 2000-2014рр

Показники	Роки							Відх., % (раз) 2014р. до 2000р.
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	
Виробництво	6195	7606	8873	10562	10815	10668	10323	167,4
Зміна запасів на кінець року	201	196	-22	514	458	-13	183	91,0
Імпорт	29	100	311	285	213	237	225	7,8р
Усього ресурсів	6023	7510	9206	10333	10570	10918	10365	172,1
Експорт	30	150	335	303	346	379	294	9,8р
Витрачено на корм	728	1214	1337	1473	1568	1747	1620	2,3
Витрачено на посадку	86	90	118	126	127	130	117	136,0
Втрати	177	393	835	991	1077	1231	1223	6,9р
Фонд споживання	5002	5663	6581	7440	7452	7431	7019	140,3
у розрахунку на 1 особу, кг	<i>101,7</i>	<i>120,2</i>	<i>143,5</i>	<i>162,8</i>	<i>163,4</i>	<i>163,3</i>	<i>163,2</i>	<i>160,5</i>

Джерело: дані Держкомстату України [4]

Попит на овочі повністю задовольняє внутрішнє виробництво. Ринок овочів характеризується вираженою сезонністю. При цьому пропозиція продуктів вітчизняного виробництва формується переважно за рахунок господарств населення, частка яких на внутрішньому ринку зростає. Розвиток інфляційних процесів зумовлює зростання цін на овочеву продукцію. Ця тенденція збережеться і надалі.

Зазначені вище тенденції зумовили те, що Україна перетворюється на потужного експортера овочів на світовому ринку. Експорт продукції овочівництва у 2014 році проти аналогічного періоду 2000 року збільшився у 9,8 раз. Істотно зріс експорт помідорів (у 5,6 разів) та заморожених овочів (у 18 разів). У 2013 році у країні зібрали 10668,3 тис. т і реалізували на зовнішньому ринку рекордні 379 тис. т овочів. Проте експортні можливості українського овочівництва у 2014 році не були реалізованими через постійні обмеження на традиційному нашому ринку збуту – у Росії. Проте, це нарешті дало змогу експортоорієтованим суміжним підприємствам відшукати канал, через який українські овочі почали реалізовуватись на європейський ринок насамперед у чорноморські країни [7].

Вітчизняних овочівників приваблюють ціни на зовнішніх ринках та можливість отримання валютної виручки. Очікується, що високий попит на українську овочеву продукцію збережеться і надалі. Отже, наявні перспективи розширення експорту овочів та продуктів їхньої переробки.

На основі викладеного можна зробити висновок, що основною особливістю ринку овочів в Україні є те, що вирощування завжди перевищує споживання. Крім того, парадоксальність та загострення ситуації ще в тому, що відсутні необхідні потужності для доробки, переробки, та ба навіть для зберігання овочів, а відповідно, маємо й слабо розвинений експорт. А тому агровиробники як правило продають урожай відразу на полі, що не дозволяє їм навіть вийти на мінімальний рівень рентабельності виробництва.

У формуванні загального обсягу пропозиції овочів і баштанних культур їхній імпорт овочів у 2014 році становив 2,2%. Внаслідок проаналізованих негативних тенденцій формування ринку овочівництва в Україні, обсяг імпорту за аналізований період збільшився у 7,8 раз.

На внутрішньому ринку у 2014 році на початку продажу бракувало 900 тис. тонн цибулі. У жовтні ціни на неї були найвищими у Європі. В Україні продавали цибулю і з Росії, і з Казахстану, і з Польщі.

Найбільшу питому вагу в структурі свіжої імпортової продукції у 2014 році займали морква й інші коренеплоди та помідори.

Основними постачальниками свіжих овочів на внутрішній ринок України у 2014 році були: помідорів – Молдова (45% імпорту вказаної продукції), Туреччина (33%); цибулі й часнику – Азербайджан (25 %) і Польща (21%), капусти – Польща (37%), огірків – Туреччина (44%).

Висновки. Отже, проаналізувавши ринок овочів в Україні за останні роки, варто виділити наступні тенденції його розвитку:

1) Виробництво українських овочів здебільшого розміщене в господарствах населення, частка яких у загальному виробництві сягає 86,1%.

2) За період 2000-2014 років спостерігається поступове зміцнення позицій спеціалізованих овочевих підприємств. Вони активно опановують передові зарубіжні технології вирощування, що позначається на зростанні урожайності овочів: за роки незалежності цей показник у фахових господарствах зріс у 4 рази, а в господарствах населення лише на 35%.

3) На національному ринку овочів спостерігається слабка асортиментна політика. Структура пропозиції представлена в основному такими овочевими культурами як капуста, морква, столовий буряк, цибуля, помідор. Україні бракує вітамінної продукції – перцю солодкого, баклажана, часнику, багатьох зелених і салатних культур. Сумарна частка цих культур у валовому виробництві становить 6,2%, тоді як у Європі на їх частку припадає 25-35%.

4) Аналіз балансу попиту та пропозиції за 2000-2014 рр. показав, що ємність національного овочевого ринку за цей період збільшилась на 76%. Водночас темпи зростання продукції на продовольство за цей самий період зросли тільки на 49%. Відтак, є необхідність урізноманітнити асортиментну пропозицію, знизити собівартість овочевого виробництва, самотужки подбати про потужності зі збереження. Зробити це цілком реально, якщо розумно проводити фінансово-інвестиційну політику овочевих господарств.

5) Овочепереробні підприємства поступово збільшують свої позиції у закупівлях овочів у сільськогосподарських підприємствах. Так, в 2014 році частка у структурі реалізації склала 47,0% проти 13,5% у 2005 році.

6) Відсутність виваженої державної політики регулювання стала наслідком відсутності довгострокової стратегії розвитку галузі.

В Україні для вирішення продовольчої проблеми потрібно збільшити реалізацію продукції в зимовий та весняний періоди. У південних районах країни доцільно розвивати спеціалізовані сільськогосподарські підприємства і господарства населення, створювати агропромислові об'єднання з виробництва та переробки овочевої продукції, що перетворить південні райони в основну базу постачання населенню країни овочевої продукції.

Організаційний розвиток ринку овочевої продукції повинен включати створення гуртових ринків, проведення аукціонів, торгівельно-виробничих утворень, торгівельних і закупівельних підприємств і інших форм. Повинно бути забезпечено рівномірний потік продукції до кінцевого споживача протягом всього року.

Головною передумовою подальшого розвитку ринку овочів в Україні є об'єктивні процеси розвитку виробничих відносин і реалізація обґрунтованого економічного механізму відносин між ланками овочепродуктового під-комплексу в умовах трансформаційних змін.

Список використаних джерел

1. Скупський Р.М. Актуальні аспекти формування та функціонування овочевого ринку / Р.М. Скупський // Продовольчі ресурси. Серія : Економічні науки. - 2015. - № 4. - С. 62-70.
2. Скупський Р.М. Стан та основні тенденції формування овочевого ринку / Р.М. Скупський // Бізнес-навігатор. Науково-виробничий журнал. – 2012. – № 1 (27). – С. 228–235.
3. Кучеренко Т.Є. Сьогодення й майбутнє вітчизняного овочівництва / Т.Є. Кучеренко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.propozitsiya.com/?page=146&itemid=3144>
4. Державна служба статистики України. – К.: 2014. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> <http://agrokraina.com.ua>
5. Золотий борщ: що прогнозують виробники овочей та фруктів у 2016-му/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/zolotij-bors-so-prognozuut-virobniki-ovocej-ta-fruktiv-u-2016-mu>
6. Ульяновченко О.В. Стан та перспективи розвитку овочепереробної галузі України / О.В. Ульяновченко, Н.В. Прозорова // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер.: Економічні науки. - 2014. - № 7. - С. 49-57.
7. Овочевий ринок: надвиробництво стимулює розвиток / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agrotimes.net/journals/article/ovochevij-rinok-nadvirobnictvo-stimulyue-rozvitok>
8. Писаренко В.В. Особенности отечественного и мирового маркетинга овощной продукции / В.В. Писаренко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://agromage.com/stat_id.php?id=305

Список використаних джерел у транслітерації / References

1. Skups'kyu R.M. Aktual'ni aspekty formuvannya ta funktsionuvannya ovochevoho rynku / R. M. Skups'kyu // Prodovol'chi resursy. Seriya : Ekonomichni nauky. - 2015. - # 4. - S. 62-70.
2. Skups'kyu R.M. Stan ta osnovni tendentsiyi formuvannya ovochevoho rynku / R.M. Skups'kyu // Biznes-navihator. Naukovo-vyrobnychyy zhurnal. – 2012. – # 1 (27). – S. 228–235.
3. Kucherenko T.M. S'ohodennya y maybutnye vitchyznyanoho ovochivnytstva / T.M. Kucherenko // [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.propozitsiya.com/?page=146&itemid=3144>
4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. – K.: 2014. / [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/> <http://agrokrajna.com.ua>
5. Zoloty borsch: shcho prohnozuyut' vyrobnyky ovochey ta fruktiv u 2016-mu / [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://agravery.com/uk/posts/show/zolotij-bors-so-prohnozuut-virobniki-ovocej-ta-fruktiv-u-2016-mu>
6. Ulyanchenko O.V. Stan ta perspektyvy rozvytku ovochepererobnoyi haluzi Ukrainy / O.V. Ulyanchenko, N.V. Prozorova // Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu im. V.V. Dokuchayeva. Ser.: Ekonomichni nauky. - 2014. - # 7. - S. 49-57.
7. Ovochevyi rynek: nadvyrobnytstvo stymulyuye rozvytok / [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.agrotimes.net/journals/article/ovochevij-rinok-nadvirobnictvo-stimulyue-rozvitok>
8. Pisarenko V.V. Osobennosti otechestvennogo i mirovogo marketinga ovoshchnoj produkciy / V.V. Pisarenko // [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: http://agromage.com/stat_id.php?id=305

ANNOTATION

TRANSFORMATIONS OF VEGETABLES MARKET IN UKRAINE

*LOHOSHA Roman, Candidate of Economic Sciences,
associate professor of Agrarian Management Department,
Vinnytsia National Agrarian University
(Vinnytsia)*

In the article the modern market of vegetables condition is considered in the process of transformation of the economic system taking into account domestic features and tendencies. The stages of forming and functioning of market of vegetables in Ukraine are defined and investigated, that allowed to distinguish the row of specific features. The analysis of results of vegetables production by agricultural enterprises in Ukraine is conducted. The features of activity of economies of population are investigated at the home market of vegetables. Principles of price forming on vegetable products are explained, and the factors of influence are determined. Analysis of production condition

and consumption of vegetable products in Ukraine and structure of sale of vegetables by agricultural enterprises in the channels of realization is conducted. Reasons of increase of import and insignificant export of vegetable products are investigated. Directions of further market of vegetables development in Ukraine are marked and grounded.

Keywords: vegetables, vegetable crops, vegetablefood complex, vegetable-growing, price, realization, efficiency, market of vegetables.

Tabl. 4. Figure. 1. Lit. 8.

АННОТАЦИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНКА ОВОЩЕЙ В УКРАИНЕ

ЛОГОША Роман Васильевич,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры аграрного менеджмента,
Винницкий национальный аграрный университет
(г. Винница)

В статье рассмотрено современное состояние рынка овощей в процессе трансформации экономической системы с учетом отечественных особенностей и тенденций. Определены и исследованы этапы формирования и функционирования рынка овощей в Украине, что позволило выделить ряд специфических особенностей, что его характеризуют. Определен и проведен анализ результатов деятельности производства овощей сельскохозяйственными предприятиями в Украине. Исследованы особенности деятельности хозяйств населения на отечественном рынке овощей. Обоснованы принципы формирования цены на овощную продукцию, и определены факторы влияния на нее. Проведен анализ баланса производства и потребления овощной продукции в Украине и структуры продажи овощей сельскохозяйственными предприятиями за каналами реализации. Исследованы причины роста импорта и незначительного экспорта овощной продукции. Отмечены и обоснованы направления дальнейшего развития рынка овощей в Украине.

Ключевые слова: овощи, овощные культуры, овощепродуктовый комплекс, овощеводство, цена, реализация, эффективность, рынок овощей.

Табл. 4. Рис. 1. Лит.8.

Інформація про автора

ЛОГОША Роман Васильович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри аграрного менеджменту, Вінницький національний аграрний університет (21008, м. Вінниця, вул. Сонячна, 3, e-mail)

LOHOSHA Roman – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, associate professor of Agrarian Management Department, Vinnytsia National Agrarian University (21008, Vinnytsia, Sonyachna Str. 3, e-mail)

ЛОГОША Роман Васильевич – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры аграрного менеджмента, Винницкий национальный аграрный университет (21008, г. Винница, ул. Солнечная, 3, e-mail)

