

❖ РОЗВИТОК ГАЛУЗЕЙ ПРОДОВОЛЬЧОГО КОМПЛЕКСУ

УДК 338.439

*Р.М. Скупський, д.е. н., професор
Національний університет кораблебудування
ім. адмірала Макарова*

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ОВОЧЕВОГО РИНКУ

У статті розглянуто теоретико-методологічні аспекти формування та організаційно-економічного механізму функціонування овочевого ринку в процесі трансформації економічної системи з урахуванням регіональних особливостей і тенденцій. Обґрунтовано методологічні та методичні засади формування ціни на овочеву продукцію, визначено фактори впливу на неї. Проведено аналіз балансу споживання овочевої продукції в Україні за 2005–2013 рр., структури продажу овочів аграрними підприємствами за каналами реалізації за 1995–2013 рр. Вказано на основні причини незначного експорту вітчизняної овочевої продукції та обґрунтовано напрямки макроекономічного регулювання інноваційного розвитку промислового овочівництва та становлення овочевого ринку.

Ключові слова: овочі, овочеві культури, овочепродуктовий комплекс, промислове овочівництво, ціна, реалізація, овочевий ринок, ринкова інфраструктура.

В статье рассмотрены теоретико-методологические аспекты формирования и организационно-экономического механизма функционирования овощного рынка в процессе трансформации экономической системы с учетом региональных особенностей и тенденций. Обосновано методологические и методические принципы формирования цены на овощную продукцию, определены факторы влияния на нее. Проведен анализ баланса потребления овощной продукции в Украине за 2005–2013 гг., структуры продажи овощей аграрными предприятиями по каналам реализации за 1995–2013 гг. Указано на основные причины незначительного экспорта отечественной овощной продукции и обоснованы направления макроекономического регулирования инновационного развития промышленного овощеводства и становления овощного рынка.

Ключевые слова: овощи, овощные культуры, овочепродуктовый комплекс, промышленное овощеводство, цена, реализация, овощной рынок, рыночная инфраструктура.

In article teoretiko-methodological aspects of forming and the organizational-economic mechanism of functioning of the vegetable market in the course of transformation of economic system taking into account regional features and tendencies are considered. It is proved methodological and methodical principles of forming of the price for vegetable goods, factors of influence on it are specified. The analysis of balance of consumption of vegetable goods in Ukraine for 2005–2013 is carried out, structures of sale of vegetables by the agrarian enterprises for realisation channels for 1995–2013 Is specified in basic reasons of insignificant export of domestic vegetable goods and directions of macroeconomic adjustment of innovative development of industrial vegetable growing and formation of the vegetable market are proved.

Key words: vegetables, vegetable cultures, vegetable complex, industrial vegetable growing, the price, realisation, the vegetable market, a market infrastructure.

Постановка проблеми. Глобалізація економіки гостро ставить питання про розвиток окремих галузей сільського господарства, які здатні забезпечити світову продовольчу безпеку.

Крім того, перехід вітчизняного аграрного виробництва на ринкові відносини й 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 картоплі (3-є місце, 23, 3 млн т, 6, 3 % від загального світового виробництва) та овоче-баштанних культур (7-е місце, 10, 8 млн т, 1, 0 % відповідно (станом на 2012 р.)), 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 овочевого ринку, 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 та доступної 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 агропідприємств за світовими та європейськими стандартами якості та норм безпеки продуктів харчування (EuroGAP/GlobalGAP (Good Agricultural Practice)) указують на необхідність обґрунтування напрямів і заходів щодо подальшої модернізації галузі та ринкового середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні й загальнометодологічні проблеми розвитку аграрного ринку, зокрема овочевого, висвітлені в роботах В.Г. Андрійчука, В.Я. Амбросова, І.В. Бачуріної, В.І. Бойка, М.П. Бутко, Б.В. Губського, В.І. Криворучка, О.В. Крисального, Т.Є. Кучеренко, А.С. Лисецького, В.О. Муковоза, В.Є. Роганіної, В.В. Писаренко, В.П. Рудь, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака тощо. Водночас дискусійними залишаються питання формування та функціонування овочевого ринку в умовах інноваційного розвитку промислового овочівництва, з урахуванням зміни внутрішніх і зовнішніх чинників відновлення агроресурсного потенціалу країни.

Мета статті. Метою дослідження є аналіз, обґрунтування теоретико-методологічних положень формування овочевого ринку України та розробка практичних рекомендацій щодо забезпечення його ефективного функціонування з урахуванням регіональних особливостей і тенденцій розвитку промислового овочівництва.

Виклад основних результатів досліджень. Значимість становлення вітчизняного овочевого ринку, у першу чергу, пояснюється властивостями овочів, як товарної продукції, що відзначається 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.

Дослідження етапів формування та функціонування ринку овочевої продукції дозволили виділити ряд специфічних особливостей, що його характеризують, зокрема: 1) забезпечення важливої складової продовольчої безпеки країни та соціальна залежність; 2) у залежності 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 (залежить від ресурсного потенціалу та природно-кліматичних умов) унаслідок 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 [7].

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

Вагомим чинником, що визначає основні напрямки подальшого розвитку овочевого ринку України, є стан та тенденції розвитку світового ринку овочів. Нині світовий ринок овочів розвивається під дією наступних факторів: загострення продовольчої безпеки у багатьох країнах світу, що зумовлює підвищену увагу до овочів як одного із основних продуктів харчування з боку міжнародних організацій; глобалізації сільського господарства внаслідок пом'якшення торговельних бар'єрів; посилення ролі споживача та конкуренції товаровиробників; підвищення вимог споживачів до якості кінцевої продукції; впровадження інноваційних розробок у агропромислове виробництво. Це, в свою чергу, впливає на підвищення ефективності виробництва овочів, поглиблення процесу вертикальної інтеграції та активізацію партнерських відносин [4].

Овочевий ринок формується міжгалузевими структурами, а окремими об'єктами ринкових відносин виступають господарства різних форм власності та форм господарювання: господарства крупнотоварного (сільськогосподарські підприємства) та дрібнотоварного виробництва (господарства населення), фермерські господарства, підприємства системи заготівлі, зберігання, переробки й реалізації, сільське та міське населення, суб'єкти зовнішнього ринку тощо. У залежності від особливостей суб'єктів овочевого ринку, що вступають у товарообмін, вони формують різні ринкові структури (оптовий, роздрібний ринок), забезпечуючи їх продуктами овочівництва. Вдале зберігання, маневрування ресурсами, доробка продовольства дозволяють стабілізувати торговий асортимент протягом усього року, а значить, покращити якість споживання овочевої продукції населенням [5, с. 65].

Таблиця 1

**Баланс споживання овочів та баштанних продовольчих культур в Україні
(включаючи консервовану та сушену продукцію в перерахунку на свіжу), тис. т ***

Статті балансу	Роки					2013 р. відповідно 2005 р., +/- в.п.
	2005	2010	2011	2012	2013	
Виробництво	7606	8873	10562	10815	10668	+ 40,3
Зміна запасів на кінець року	196	-22	514	458	-13	-
Імпорт	100	311	285	213	237	+ 2,4 рази
Всього ресурсів	7510	9206	10333	10570	10918	+ 45,4
Експорт	150	335	303	346	379	+ 2,5 рази
Витрачено на корм	1214	1337	1473	1568	1747	+ 43,9
Витрачено на посів	90	118	126	127	130	+ 44,4
Втрати	393	835	991	1077	1231	+ 3,1 рази
Фонд споживання	5663	6581	7440	7452	7431	+ 25,9

* Складено й розраховано за даними: [8, с. 160].

Основоположним етапом планування виробництва й використання продукції овочівництва є баланс її споживання, в якому відображається плановий рух овочевої продукції та окремих продуктів її переробки (жом, макуха, комбікорм і трав'яне борошно). Баланс формування й використання загальнодержавних овочепродовольчих ресурсів у 2013 р. свідчить, що із загальної пропозиції овочів і баштанних продовольчих культур (включаючи консервовану та сушену продукцію в перерахунку на свіжу) у 10918 тис. т (табл. 1) на продовольство використовується 68,1 %, на корм – 16,0 %, на посадку – 1,2 %, експорт – 3,5 %, втрати складають близько 11,3 %.

За період 2005–2013 рр. в загальнодержавному балансі овоче-баштанних продовольчих культур варто відмітити зростання загальної пропозиції на 45, 4 % через інтенсифікацію

власного виробництва (+40, 3 %) до рівня у 10668 тис. т. Поряд із збільшенням обсягу виробництва відбулося і зростання споживання овочевої продукції на 25, 9 % до рівня раціональних норм (у 161 кг на особу в рік), визначених Міністерством охорони здоров'я України.

Заслуговує на увагу активізація імпоротно-експортних операцій на овочевому ринку, які за досліджувальний період у валовому еквіваленті зросли у 2,4–2,5 рази відповідно порівняно з 2005 роком. Так, Україною у 2013 р. було імпортовано 237 тис. т овочевої продукції, при чому вартість частки свіжої продукції становила 185, 6 млн дол. США, а продуктів переробки овочів – 297,7 млн дол. США. Перш за все, слід відзначити зростання імпорту томатів, ввезених з Туреччини, Єгипту, Іспанії, Греції, Нідерландів. Значно збільшилося і споживання імпортової моркви, часнику та столового буряка. Основними країнами-експортерами на сьогодні залишаються Китай, Нідерланди, Польща та Словенія [4].

Загалом, незважаючи на значні труднощі сучасного розвитку промислового овочівництва України, які нами висвічувалися у попередніх публікаціях, експортна діяльність цього агросектору все ж має тенденцію до поступового зростання. Так, зростання овочевого експорту 2013 р. у міновому вимірі на 9,5 % до рівня 379 тис. т проти 2012 р. обумовило його підвищення у вартісному (+ 11, 9 %) до рівня 516, 9 млн дол. США. При чому, на частку продукції переробки овочів, що характеризується високим рівнем обробки та високою доданою вартістю і не спричиняє сировинну орієнтацію вітчизняного експорту, припадає 78, 2 % або 404, 2 млн дол. США.

Експорт овочевої продукції становить близько 3,5 % загальної кількості виробленої продукції і залишається дуже перспективним каналом збуту продукції для великих сільськогосподарських підприємств, а також об'єднань фермерів. Девальвація української гривні разом із перевиробництвом овочевої продукції призвели до різкого підвищення конкурентоспроможності наших овочів. Низька вартість вітчизняних овочів зацікавила Голландію, Польщу та Великобританію. Так, для прикладу, цибуля коштує 4–5 євроцентів/кг, тоді як польська – 10–12, що в 2,5 рази дорожче. Польську моркву оптом продають по 20–30 євроцентів/кг, в Україні гуртові партії у виробника можна закупити по 5–6 євроцентів/кг тощо. Експортні ціни, за мінусом маркетингових витрат, ненабагато вищі за роздрібні (на таку саму продукцію) в Україні, але дають змогу отримувати достатню рентабельність. До того ж, на думку деяких експертів, активний експорт овочевої продукції за кордон – практично єдиний спосіб розвантажити внутрішній ринок і підвищити закупівельні ціни [6].

Нещодавно, основними зовнішніми ринками для експорту українських овочів були Росія, Білорусь, Литва, Латвія, Польща, у структурі експорту яких переважали свіжі овочі, зокрема тепличні томати – 60,8 %, огірки – 11,7 %, свіжі бобові – 11,4 %, інші бобові – 6,7 %.

Нажаль, експортні можливості українського овочівництва у 2013 році не були реалізованими через постійні обмеження на традиційному нашому ринку збуту – у Росії. Проте це нарешті дало змогу експортноорієнтованим суміжним підприємствам відшукати канал, через який українські овочі «просочилися» на західноєвропейський ринок та, насамперед, у причорноморські країни.

До основних причин, що обумовлюють низький рівень експорту овочевої продукції з України варто віднести:

- концентрацію овочевого виробництва в господарствах населення (на період 2013 р. – 88,2%) та значна їх частка у структурі реалізації овочевої продукції на ринку (56,3%), що не дає можливості формувати великі обсяги (партії) продажу однорідної за якістю продукції, привабливі для іноземних оптових покупців. З іншого боку, враховуючи те, що вирощування продукції індивідуальних господарств проводиться практично без застосування агрохімікатів та незначну частку її реалізації на внутрішньому ринку (12,1% від обсягу виробленої), Україна має великі перспективи стати у Європі надійним експортером екологічно чистих овочів;

- низький товарний вигляд продукції: у нас не розвинуті сучасні технології на цьому етапі, тож, як наслідок, обмежені потужності із післязбиральної доробки сортування та пакування;
- низький розвиток агрологістики. З наявних в Україні 25–30 логістичних компаній практично відсутні ті, що спеціалізуються на агрологістиці, зокрема плодоовочевої продукції, що спричиняє масове її псування та втрати до 30%;
- недосконале законодавство з регулювання експортних операцій з овочевою продукцією;
- відсутність системи сертифікації суб'єктів овочевого агробізнесу, у відповідності до світових стандартів якості та норм безпеки продуктів харчування. А європейці занадто вимогливі до наявності потрібних документів. Крім того, у ЄС бажають купувати екологічно чисту (органічну) продукцію, що потребує жорсткішого управління якістю, контролю та сертифікації виробництва, а не тільки самої продукції;
- нестабільну політичну й економічну ситуацію в країні, що впливає на ефективність зовнішньоекономічної діяльності тощо.

Адекватна реакція на зміну кон'юнктури плодоовочевого ринку та пошук вигідного каналу реалізації виробленої продукції – основоположна умова виживання агровиробників. Аналіз структури реалізації овочевої продукції на внутрішньому ринку України за категоріями господарств останніх років показав, що основними його учасниками залишаються господарства населення, питома вага яких у середньому за 2012–2013 рр. становила 54,6%, а обсяги реалізації овоче-баштанної продукції з 2010 р. зросли на 37,5% до рівня 1142,2 тис. т. Основним місцем реалізації овочевої продукції, що властива для даної категорії товаровиробників, залишаються міські ринки, оскільки саме вони стали традиційними для придбання овочів вітчизняним споживачем. Причин тут можна виділити декілька, зокрема: продукція надходить свіжою і має кращий товарний вигляд; розширена можливість вибору; ринкові продавці більш гнучкі стосовно попиту і пропозиції, що відображується на роздрібних цінах тощо. Безумовно до позитивних тенденцій формування сучасного ринку свіжих овочів слід віднести зростання споживчого попиту на вітчизняну продукцію [2].

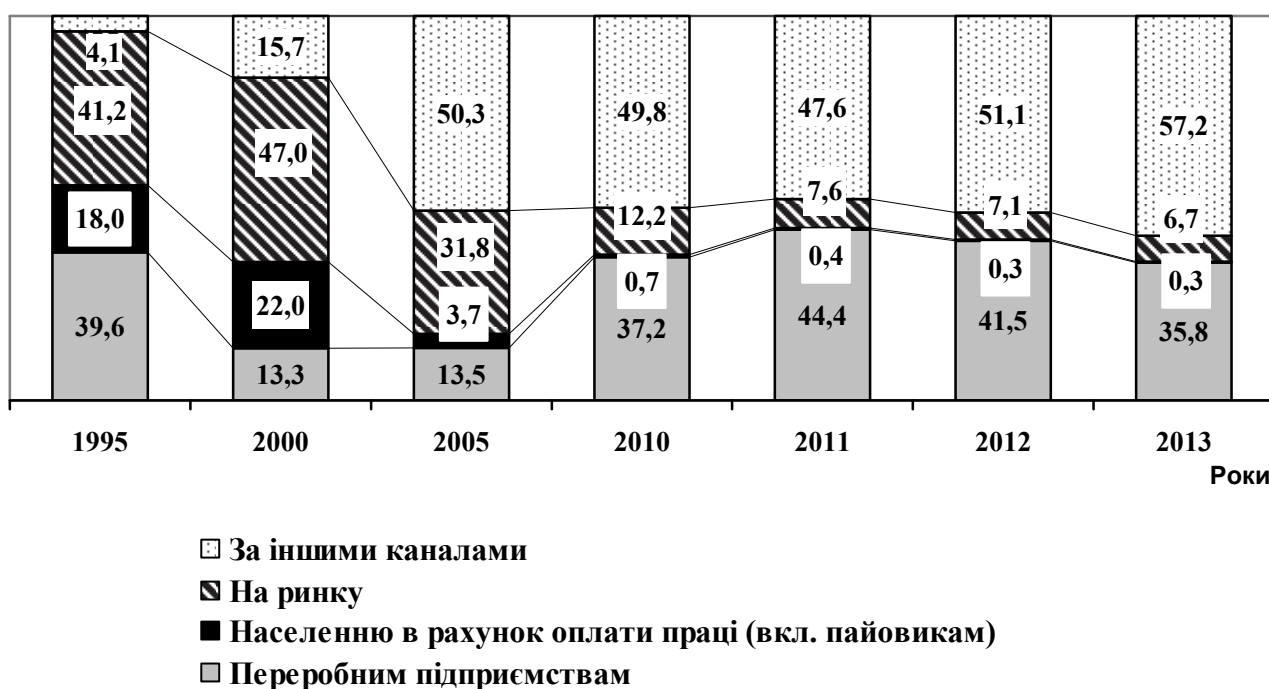


Рис. 1. Структура реалізації овочевих культур сільськогосподарськими підприємствами України за каналами реалізації*, %

* Складено й розраховано за даними: [8, с. 144–146].

Інноваційний розвиток промислового овочівництва останніх років в Україні, вказує на поступове зміцнення позицій спеціалізованих овочевих підприємств, частка яких у валовому виробництві у середньому за 2010–2013 рр. склала 13,4%. Вони активно опановують новітні зарубіжні технології вирощування, що позначається на рості врожайності овочевих культур – за роки незалежності цей показник у спеціалізованих підприємствах зріс у 4 рази, тоді як у господарствах населення лише на 35%.

Дослідження структури реалізації овочевої продукції сільськогоспо-дарськими підприємствами за каналами збуту у період 2005–2013 рр. показав, що модернізація матеріально-технічної бази та інтенсифікація виробничих потужностей переробної галузі агропродовольчої сфери, зокрема Причорноморського регіону (ТОВ «Сандора», група компаній «Agrofusion» (ТМ «Інагро»), компанія «Чумак») спричинили зростання у 2,7 рази частки загальнодержавної реалізації овочів переробним підприємствам до рівня 35,8% (рис. 1). Це у свою чергу дозволяє зробити певні висновки щодо:

1) практичної ліквідації бартерних розрахунків овочевою продукцією з населенням у рахунок оплати праці та пайовиками за оренду паїв з 3,7 до рівня 0,2%, що зменшує сумарні витрати на реалізацію продукції підприємств;

2) суттєвого зменшення у 4,7 рази обсягів реалізації свіжої продукції на ринку до частки у 6,7%;

3) збільшення реалізації за іншими каналами у відповідний період на 13,7 в.п. до величини 57,2%.

Проведені дослідження діяльності сільськогосподарських підприємств дозволяють стверджувати, що основними теоретико-методологічними засадами формування ціни на ринку плодоовочевої продукції є: 1) аналіз існуючої економічної ситуації та можливі тенденції її зміни у перспективі; 2) необхідність дослідження наявного комплексу проблем формування та функціонування ринку; 3) диференціація цін на продукцію в залежності від закупівельної партії (гуртові, роздрібні) тощо.

Раніше, нами вже відмічалася як галузева ознака промислового овочівництва – сезонність виробництва свіжої продукції, але вона не розглядалася як ціноутворюючий чинник, що спричиняє сезонні коливання ціни на овочевому ринку. Динаміка середніх споживчих цін на овочі «борщового набору» указує на те, що в збиральний та післязбиральний період (у залежності від терміну зберігання свіжої продукції) ціна на плодоовочеву продукцію з липня-серпня до грудня-січня формується мінімальною, а в період з березня по червень по мірі зменшення запасів овочевої продукції зростає до максимального рівня [7].

Серед основних факторів, що визначають процес формування цін на овочеву продукцію в ринкових умовах, пріоритетними залишаються: 1) зона реалізації (цінова зона, яка встановлюється в межах певного економічного району); 2) строки реалізації на протязі маркетингового року; 3) якість товарної продукції; 4) канали реалізації; 5) сортові ознаки культури (на солодкі та напівгострі сорти цибулі ціни нижчі, ніж на гострі) тощо. Окремі з них впливають лише на попит, інші – лише на пропозицію. Однак такі чинники, як якість продукції, сезонність виробництва, державна політика одночасно можуть впливати як на обсяг пропозиції, так і на величину попиту на продукцію.

Дослідження цінового фактору формування сучасного овочевого ринку України останніх років дозволило визначитись у наступному:

- середня ціна реалізації овочів аграрними підприємствами за всіма напрямками має постійну тенденцію до зростання. Так, за даними Держстату, з 2005 р. для овочевих культур вона зросла на 61, 0 % до рівня 2354,0 грн/т у 2013 р., в тому числі баштанних – у 2, 1 рази;

- залежність ціноутворення від регіональної диференціації овочевого ринку. Найбільш високими цінами на овочеву продукцію в останні роки відзначалися Закарпатська (7987,7–8592, 7 грн/т), Вінницька (6053, 3–6136, 8 грн/т) та Черкаська (5684,8–6079,0 грн/т) області. Кардинально протилежна ситуація характерна для Миколаївського (632,1–782,6 грн/т), Херсонського (769, 6–1147, 4 грн/т) та Одеського (1059,6–1324,2 грн/т) регіонів;

- наявність значного варіювання ціни на овочеву продукцію від каналів реалізації (табл. 2). Протягом 2010–2013 рр. за найменшими цінами (611,6–650,3 грн/т) сільськогосподарські підприємства реалізовували овочі переробним підприємствам, тоді як на ринку, через мережу власних магазинів та ларків, їх величина коливалася у межах 3264,1–3358,7 грн/т, а за іншими каналами – 2858,2–3821,8 грн/т;

- суттєво заниженою відмічалася гуртова ціна реалізації овочів переробним підприємствам, яка у середньому 68,7–75,4 % не дотягувала рівня середньої загальнодержавної ціни;

- з урахуванням обсягів продажу овочів та цінового рівня на неї найбільш перспективною залишається для аграрників реалізація за іншими напрямками, де ціна на 41,4–56,3% перевищує середню загальнодержавну.

Таблиця 2

**Реалізація овочів сільськогосподарськими підприємствами України
за каналами реалізації***

Канали реалізації	Роки				2013 р. відповідно 2010 р., +/- в.п.
	2010	2011	2012	2013	
Переробним підприємствам:					
- реалізовано, тис. т	240,5	399,9	398,7	317,1	+31,9
- ціна, грн/т	627,5	650,3	611,6	631,2	+0,05
- +/- до середньої ціни, %	-75,4	-69,6	-68,7	-73,2	-2,9
Населенню в рахунок оплати праці (вкл. пайовикам):					
- реалізовано, тис. т	4,9	3,6	3,1	3,3	-33,7
- ціна, грн/т	2149,4	1329,4	1154,4	1748,9	-18,7
- +/- до середньої ціни, %	-15,8	-37,9	-41,0	-25,7	+62,6
На ринку:					
- реалізовано, тис. т	78,9	68,2	68,2	59,2	-25,0
- ціна, грн/т	3264,1	3349,7	3358,7	3276,8	0
- +/- до середньої ціни, %	+27,9	+56,6	+71,6	+39,2	+40,5
За іншими каналами:					
- реалізовано, тис. т	321,6	428,2	491,5	506,4	+57,4
- ціна, грн/т	3821,8	3343,6	2858,2	3328,1	-12,1
- +/- до середньої ціни, %	+49,8	+56,3	+46,1	+41,4	-16,9

*Складено й розраховано за даними: [8].

Крім того, ефективність функціонування овочепродуктового комплексу, як єдиної системи, значною мірою стримується порушенням партнерських відносин між сільськогосподарськими, переробними та торговельними підприємствами. Причому, прибутковість у ланцюгу «виробництво-переробка-реалізація», досягається за рахунок збитковості виробничої ланки. Доказом такої тенденції є те, що формування та функціонування сучасного ринку овочевої продукції відбувається при одночасному посиленні цінового тиску на виробника з боку переробної промисловості, що набуває ознак ринкової монополії. Так, за період з 2010 по 2013 р. ціна при реалізації агровиробниками овочевої продукції переробним підприємствам зросла лише на 2,9%, тоді як середня ціна в країні – на 31,5%.

Руйнація 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 неорганізованої

посередницької діяльності та привласненню попередниками значної частини прибутків виробників овочевої продукції. З огляду на це, наявна система ціноутворення на ринку овочевої продукції країни не забезпечує саморегулювання, оскільки не створює балансу цін між виробниками та споживачами. Хоча, на думку провідних фахівців овочевого бізнесу, відсутність втручання держави у формування цін на овочеву продукцію, поряд з вдалим географічним розташуванням, помірною ціною на робочу силу та природні ресурси – відноситься до позитивних факторів розвитку овочевої галузі [9]. До того ж спільною залишається думка щодо основних проблем розвитку вітчизняного промислового овочівництва, і як наслідок формування сучасного овочевого ринку, а саме:

- відсутність ринків збуту, зокрема гуртових (оптових) (саме зараз, коли російський ринок, що виконував функцію найбільшого споживача вітчизняної плодоовочевої продукції останніх років, став недоступний через ускладнення міждержавних відносин, зокрема зовнішньоекономічних);

- відсутність належної овочевої агрологістики;
- нерозвинута ринкова інфраструктура;
- брак інвестицій на запровадження та використання інноваційних агротехнологій;
- незадовільна система аграрного кредитування тощо.

З вище зазначеного можна зробити висновок, що сучасний овочевий ринок України характеризується такими особливостями: 1) суттєво вираженою регіональною диференціацією, як ціною, так і видовою по овочевим культурам; 2) досить обмеженим асортиментом продукції (10–15 видів овочів); 3) недостатньо високою її якістю [1]; 4) нееластичністю овочевого попиту (на рівні 0,2–0,25); 5) високим ступенем конкуренції (велика кількість дрібних виробників); 6) браком зручної для споживача розфасовки та упаковки; 7) відсутністю належного маркетингового забезпечення, зокрема інформації про кон'юнктуру ринку; 8) браком спеціалізованих сховищ (20% вирощених овочів «борщового набору» не доходять до споживача саме через це) тощо.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Не зважаючи на той факт, що в період з 2000–2013 рр. в Україні зросло виробництво овоче-баштанних продовольчих культур на 70% та споживання овочів на 60% (у розрахунку на 1 особу), збільшився об'єм експорту та імпорту у 10 разів, а у 4,5 рази зросли ціни на овочеву продукцію вітчизняний овочевий ринок є непривабливим для державного регулювання. До причин такого стану відносять: 1) занепад у 1991–1998 рр. системи держзамовлення, відповідних галузей харчової промисловості і громадського харчування; 2) зберігання овочевої продукції вимагає значних витрат, а втрати продукції сягають 25–40%; 3) погіршення фітосанітарного стану овочівництва через широке розповсюдження шкідників і хвороб, з якими дрібнотоварне виробництво боротися не в змозі; 4) послаблення економічної ролі спеціалізованих овочівницьких підприємств при одночасному розширенні кількості та питомої ваги індивідуальних господарств населення; 5) практична відсутність кооперації та інтеграції виробників овочевої продукції із підприємствами 3-ої сфери агросектору, завдяки чому обмежена можливість самостійно зберігати та переробляти свою продукцію, здійснювати її експорт; 6) відсутність належної ринкової інфраструктури, у тому числі інформації щодо його кон'юнктури; 7) нерівноправне становище овочівників на ринку щодо покупців їх продукції, зумовлене диспаритетом цін як «на виході» – реалізація продукції за монополюю низькими цінами, так і «на вході» – монополюю високими цінами на засоби виробництва, які купують сільгоспвиробники у підприємств 1-ої сфери агросектору, і як результат низькому рівні рентабельності галузі тощо.

Успішне функціонування цього ринку в Україні потребує проведення ряду макроекономічних заходів, а зокрема:

- раціональної концентрації та спеціалізації овочепродуктового комплексу з метою оптимізації виробничих затрат праці та ресурсів;
- розробка механізмів стимулювання виробників овочевої продукції до вирощування «непопулярних» у певному регіоні овочів з метою нарощування їх виробництва та розширення асортименту;

- економічного регулювання раціональної структури ринку і ринкових відносин шляхом розробки та реалізації перспективних цільових продовольчих програм, зокрема Державної цільової програми розвитку овочівництва та переробної галузі України до 2020 року, виваженої інвестиційної політики та інших організаційно-економічних заходів;
- введення системи контролю за цінами і забезпечення відповідного співвідношення попиту і пропозицій на ринку, захисту прав споживачів від неорганізованої посередницької діяльності;
- удосконалення продовольчого нормативно-правового забезпечення у відповідності з вимогами СОТ та Європейським правом з метою посилення контролю за неякісною імпортованою продукцією та розширення можливостей власного експорту (особливої актуальності це питання набуває в сучасний період падіння активності на споживчому ринку через низьку платоспроможність громадян) тощо.

Список літератури

1. Бідолах О. Є. Сучасний стан і перспективи розвитку регіональних ринків овочів в Україні / О. Є. Бідолах // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intkonf.org/bidolah-oe-suchasniy-stand-i-perspektivi-rozvitku-regionalnih-rinkiv-ovochiv-v-ukrayini/>
2. Кучеренко Т. Ринок овочів і баштанних культур в Україні: поточна кон'юнктура і прогноз / Т. Кучеренко // Пропозиція. – № 1. – 2009. – С. 52–56.
3. Кучеренко Т. Сьогодення й майбутнє вітчизняного овочівництва / Т. Кучеренко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.propozitsiya.com/?page=146&itemid=3144>
4. Логоша Р. В. Світовий ринок овочів та місце на ньому України / Р. В. Логоша // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/prpdaa/6.1/164.pdf>
5. Ринкова трансформація економіки АПК : кол. монографія у чотирьох частинах / За ред. П. Т. Саблука., В. Я. Амбросова, Г. Є. Мазнева. Ч. 1. Соціально-економічні проблеми розвитку села. – К. : ІАЕ, 2002. – 571 с.
6. Сакун А. Ж. Експортна діяльність на ринку овочів / А. Ж. Сакун // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_127/34.pdf
7. Скупський Р. М. Стан та основні тенденції формування овочевого ринку / Р. М. Скупський // Бізнес-навігатор. Науково-виробничий журнал. – 2012. – № 1 (27). – С. 228–235.
8. Статистичний збірник «Сільське господарство України – 2013» / За ред. Н. С. Власенко.
9. Державна служба статистики України. – К. : 2014. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/> <http://agrokraina.com.ua>