

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Постановка проблеми. Реалізація стратегічного курсу розвитку української економіки, її розбудова на ринкових засадах, інтеграція у світовий економічний простір потребують змін у функціонуванні агропромислового комплексу. Значна роль в цьому процесі належить формуванню та організації цивілізованого ринку овочевої продукції.

З вступом України до СОТ інтерес до вирощування овочів в Україні буде збільшуватися. Завдяки високому рівню рентабельності даного бізнесу, наявності земельних ресурсів, води, м'якому клімату й сусідству із двома найбільшими ринками збуту овочів - Росії і ЄС Україна має можливість стати одним із провідних виробників і постачальників овочів у Європі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми та особливості розвитку сучасного ринку овочевої продукції розкрито у роботах: Саблука П.Т., Бойка В.І., Криворучко В.І, Макаренка П.М., Амбросова В.Я., Муковоза В.О., Рудь В.П., Шумейка А.І., Міронової Л.О., Гальчинської В.А., Писаренка В.В. та ін. Проте аспект комплексного дослідження ринку овочевої продукції від виробництва, переробки, зберігання і збуту в кризовий період, залишається не вивченим. Недостатньо праць, що стосуються підходів до теоретико-методологічного визначення суті ринку, економічних проблем його формування та функціонування, визначення напрямів підвищення економічної ефективності функціонування овочевого ринку.

Невирішені частини загальної проблеми та мета статті. Завдання дослідження полягають в комплексному вивченні проблем та особливостей функціонування ринку овочевої продукції в сучасних умовах, дослідження причин, що перешкоджають його розвитку, розробці основних напрямків реформування, його перспектив та механізмів регулювання.

Виклад основного матеріалу. У визначеннях науковців існують різні точки зору, які показують, що тлумачення ринку овочевої продукції постійно розширюється та поглиблюється, закладаючи основу розвитку відповідної наукової категорії. Узагальнення існуючих підходів щодо її визначення дають підстави для висновку щодо того, що сучасний ринок овочевої продукції являє собою складне економічне явище.

Так, наприклад Рудь В.П. вважає, що ринок овочевої продукції – це система установ, методів і ресурсів, головним завданням якої є координація та управління виробництвом, сферами переробки та збереження овочевої продукції на основі обмінних процесів з метою задоволення споживчих потреб громадян [4, с.94].

В свою чергу Атамась Г.П. визначає овочевий ринок як сукупність економічних взаємовідносин між виробниками та споживачами з приводу купівлі та продажу продукції овочівництва в межах певної території, що має природно-кліматичні, соціально-економічні, політико-правові, історичні та етнографічні особливості [1].

Криворучко В.І. вважає, що концепція розвитку ринку базується на раціональному розміщенні виробництва овочевої продукції за зонами та регіонами України, удосконаленні форм господарювання в громадському секторі, розвитку фермерства та ін.[3, с.118].

На нашу думку, ринок овочевої продукції та ефективність його функціонування значною мірою залежить від системи економічних відносин між сільськогосподарськими, переробними, торговельними підприємствами та споживачами. Виробництво - зберігання - переробка - реалізація - споживання є ланками одного ланцюга, тому неможливо домогтися прибутковості однієї з них за збитковості інших.

Специфіка овочевого ринку пов'язана з особливостями овочів як товарної продукції, що має певні споживчі властивості. Вони впливають на весь шлях реалізації даного продукту, який починається постановкою господарюючим суб'єктом ринкової цілі, виробництва овочів, їх товароруху, комунікації, цінової політики, продажу, післяпродажного обслуговування клієнтів і кінцевого споживання.

До найважливіших слід віднести, по-перше, соціальну значущість овочів як продуктів харчування, що не тільки подовжує життя людини, а й робить його повноцінним. По-друге, економічну вагомість овочів формує сталий попит на різноманітну продукцію овочевої галузі на локальному, національному та світовому ринках. По-третє, глобалізація економіки змушує аграрних товаровиробників здійснювати активний пошук масштабних ринкових сегментів і в цьому відношенні широкий асортимент овочевої продукції та виборів з неї гарантує зайняття певної ніші ринку та постійні грошові надходження. По-четверте, високі витрати праці при виробництві овочевої продукції, досить широкий набір овочевих культур, які мають свої технологічні відмінності, тобто відсутність монокультури; низька ступінь зберігання овочевої продукції; розпорошеність та неефективність формування пропозиції (через зміну форм власності). По-п'яте овочі, як складова бренду, мають великі перспективи з позицій нарощування вартості останнього, тим самим посилюючи конкурентоспроможність суб'єкта господарювання [2, с.93-94].

Пропозицію і внутрішній попит на овочі 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.

Україна входить до числа провідних світових виробників овочів відкритого ґрунту. У 2008 році вона виробила 7233,3 тис. т овочів. Основними регіонами виробництва овочів є Вінницька, Дніпропетровська, Донецька, Київська, Львівська, Луганська, Одеська, Полтавська, Херсонська, Харківська області, де у 2008 році було зосереджено 57,8% виробництва овочів відкритого ґрунту. За період 1995-2008 років виробництво овочів по Україні складало в середньому 6957 тис. т на рік [5].

Таблиця 1.

Виробництво основних овочевих культур у 2009 році

Період	Овочі відкритого ґрунту	
	тис.т	у % до відповідної дати попереднього року
Станом на 31 липня	1512,3	114,5
Станом на 1 вересня	3682,5	114,9
Станом на 1 жовтня	6221,7	112,1

Виробництво овочів відкритого ґрунту в Україні нині розвивається інтенсивним шляхом: порівняно із 1990 роком у 2008 році виробництво в господарствах усіх категорій збільшилось на 567 тис. т або 8,5% і станом на 1 жовтня 2009 року становило 6221,7 тис.т. [5]. Площі під овочами відкритого ґрунту за даний період майже не змінилися, а їх урожайність зросла на 10 ц/га. Збільшення виробництва овочів зумовлене зростанням його виробництва в господарствах населення. Крім того, міське населення різко перестало вирощувати овочі на присадибних ділянках і дачах або значно знизило обсяги такого виробництва.

Важливим фактором стабільного функціонування та наповнення ринку овочевої продукції в Україні є урожайність.

Таблиця 2.

Урожайність овочевих культур в Україні за період 2002-2008 років

Роки	Урожайність овочевих культур, ц з 1 га площі збирання
2002	124
2003	139
2004	149
2005	157
2006	171
2007	152
2008	174

За даними таблиці, у 2008 році урожайність овочевих культур порівняно з 2002 роком зросла. Найсуттєвіший ріст спостерігається у 2008 році в порівнянні з 2007 роком, оскільки урожайність овочевих культур у 2008 році становить на 22 ц з 1 га площі збирання більше ніж у 2007 році. Також суттєво зросла урожайність у 2003 році порівняно з 2002 роком (на 15 ц з 1 га площі збирання). Але також відмічено і падіння урожайності овочевих культур у 2007 році в порівнянні з 2006 роком на 19 ц з 1 га площі збирання. В цілому урожайність у 2008 році порівняно із 2002 роком, зросла майже на 71% [5].

На нашу думку, така тенденція розвитку овочевої галузі збережеться і в майбутньому, оскільки ця галузь за останні роки перетворилася в одну з найбільш прибуткових галузей сільського господарства, а попит на овочі постійно зростає і буде зростати з ростом реальних доходів населення.

Підвищення ефективності функціонування ринку овочевої продукції залежить і вимагає введення дієвої системи цінового механізму, який повинен базуватися на поєднанні державного й ринкового регулювання.

Таблиця 3

Середні ціни реалізації сільськогосподарської продукції у 2009 році сільськогосподарськими підприємствами (грн. за т)

Період	Овочі	
	усього	У т.ч. овочі закритого ґрунту
Січень	1180,8	11714,4
Січень-лютий	1654,4	13164,4
Січень-березень	2471,4	11095,7
Січень-квітень	3486,8	10831,6
Січень-травень	3867,0	9234,4
Січень-червень	3720,8	7864,7
Січень-липень	3496,0	7203,3
Січень-серпень	2725,7	6702,7

Нинішня система ціноутворення на ринку овочевої продукції країни не забезпечує саморегулювання, оскільки не створює балансу цін між виробниками та споживачами.

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.

Існує досить значна різниця між цінами на овочі в традиційній мережі та на міських ринках. Цінова ситуація міських ринків досить активно змінюється під впливом попиту і пропозиції, а на внутрішньому ринку спостерігаються сезонні коливання цін на овочеву продукцію.

Зараз 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.

Так, на міських ринках у середньому за 2007-2008 роки подорожчали проти 2006-2007 років капуста в 1,5 раза; морква - в 1,1; помідори - в 1,3; огірки - в 1,4 раза. На рівні 2006-2007 років залишилися ціни на буряки й цибулю ріпчасту [5].

Кількість населення, яке купує овочі, складає не більше 25 млн. із загальних 46,5 млн. чоловік, головним чином за рахунок того, що сільське населення, як правило, овочі не купує, а близько 30% міського населення мають свої присадибні ділянки або родичів в селі. Загальне споживання овочів складає не більше 5 млн. тонн.

Важлива роль у розв'язанні цінової політики на овочі значною мірою залежить від системи їх реалізації.

Реалізація овочів, на відміну від іншої сільськогосподарської продукції, має низку особливостей, що виходять із споживчої вартості самого товару, а саме короткого терміну зберігання.

За останні десять років в Україні сталися значні зміни в торгівлі овочевою продукцією. Відміна державного замовлення та згорання роботи споживчої кооперації зумовили різке зменшення обсягів продажу й значні зміни каналів реалізації продукції. Зокрема, спостерігається стійка тенденція зменшення продажу овочів заготівельним організаціям та збільшується реалізація їх іншим споживачам (комерційним структурам), розширюються продаж на міських ринках і реалізація населенню як оплата праці.

Розглядаючи основні канали реалізації овочів сільськогосподарськими підприємствами треба зазначити, що в 2007-2008 роках із загального обсягу проданих овочів (430,5 тис. т) найбільшу частку реалізували комерційні структури (59,4 %), на міських ринках і через систему власних магазинів, ларків (29,8 %). Цей спосіб дає змогу вийти на прямий зв'язок "виробник - споживач" та отримати певний прибуток [6]. Однак одним із основних завдань сільськогосподарських підприємств є самостійний вихід на ринок.

У формуванні загального обсягу пропозиції імпорту овочів у 2007-2008 роках становив 1,5%. В структурі свіжої продукції найбільшу питому вагу мають помідори - 15,8%, цибуля та часник - 9,5 і огірки - 7,9%. Основними постачальниками свіжих овочів на внутрішній ринок України були: Туреччина - помідори (54,8%), огірки (71,5); Китай - цибуля й часник (90,8); Франція - капуста (39,6) [7]. Все це призводить до внутрішнього дисбалансу ринку овочевої продукції, нестабільної цінової політики та зниження виробничого потенціалу вітчизняних виробників.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Для ефективного функціонування ринку овочевої продукції та одержання очікуваних прибутків треба орієнтуватися на розширення асортименту, підвищенні якості, цінової конкурентоспроможності (собівартості) власної продукції, організацію ефективного зберігання та транспортування, виробництво тієї продукції, якої потребує ринок, і реалізацію її тоді, коли ринок пропонує найвищі ціни. Виконання цих заходів дасть змогу задовольнити потреби населення в овочевій продукції на перспективу.

Анотація

В статті узагальнено теоретичні підходи та визначено економічну сутність поняття «ринку овочевої продукції». Досліджено сучасний стан розвитку, тенденції та основні складові формування пропозицій на овочевому ринку. Визначено перспективні шляхи

ефективного функціонування та можливості вдосконалення кон'юнктури ринку овочевої продукції.

Ключові слова: ринок овочевої продукції, овочі, урожайність овочевих культур, споживання овочів, попит, пропозиція, міський ринок, стихійний ринок, внутрішній ринок, сільськогосподарські підприємства.

Анотація

В статті обобщено теоретические подходы и определено экономическую сущность понятия «рынок овощной продукции». Исследовано современное состояние развития, тенденции и основные составляющие формирования предложений на овощном рынке. Определено перспективные пути эффективного функционирования и возможности усовершенствования кон'юнктури рынка овощной продукции.

Ключевые слова: рынок овощной продукции, овощи, урожайность овощных культур, потребление овощей, спрос, предложение, городской рынок, стихийный рынок, сельскохозяйственные предприятия.

Summary

In the article is generalized the theoretic approach and is determined the economic contents of a conception "the market of vegetable products. Is investigated the modern state, tendencies and main components of the formation of the proposals on the vegetable market. Are determined the perspective ways of effective functioning and possibilities of the improvement of the vegetable products market.

Key-words: vegetable products market, vegetables, vegetable crops yield, consumption of vegetables, demand, supply, city market, elemental market, agricultural enterprises.

Список використаної літератури:

1. Атамась Г.П. Формування і функціонування регіонального ринку овочевої продукції: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.02; Миколаївський держ. аграр. ун-т. - Миколаїв, 2005. - 21 с.
2. Дмитрійчук Г.П. Маркетинг овочевої продукції // Вісник аграрної науки Причорномор'я, Випуск 2, т.2.-2004.-С.93-100.
3. Криворучко В.І. Розвиток овочівництва в Україні // Економіка АПК.-1999. - №1.- С. 117-123.
4. Рудь В.П. Особливості концентрації та спеціалізації в овочівництві // Економіка АПК.- 2001.- №5.-С.94-97.
5. www.ukrstat.gov.ua
6. www.propozitsiya.com
7. www.agroperspectiva.com