

УДК 339.13

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ОВОЧІВ В УКРАЇНІ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ

THE CURRENT STATE OF THE VEGETABLE MARKET IN UKRAINE THROUGH THE PRISM OF MARKETING TOOLS

НЕСКРОМНА Н.С., студентка*

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

В статті визначено існуючий стан функціонування ринку овочевої продукції, зокрема, проведено аналіз виробничих, цінових та збутових можливостей, а також надано рекомендації на основі отриманих результатів підвищувати результативність товаровиробників через використання окремих інструментів маркетингу.

Ключові слова: ринок овочевої продукції, маркетингова діяльність, конкурентоспроможність, результативність.

The article defines the current state of functioning of the vegetable market, in particular, the analysis of production, price and sales opportunities, and provides recommendations based on the results obtained to increase the productivity of producers through the use of individual marketing tools.

Key words: vegetable market, marketing activities, competitiveness, efficiency.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Управління маркетингом на підприємстві є складним процесом, який охоплює всі функції, пов'язані з ринком, задоволенням потреб споживачів та підвищенням ефективності діяльності підприємства [5]. Першочерговими завданнями організації управління маркетингом в сільськогосподарських підприємствах, які займаються виробництвом овочевої продукції, є проведення аналізу та вивчення існуючої ситуації й тенденцій розвитку цільового об'єктового ринку на мікро-, мезо- та макрорівнях [1]. Однак, вивчення ринкового макросередовища підприємства має проводитись не тільки в розрізі економічної ефективності виробництва та реалізації продукції, а й з огляду на проведення аналізу інфраструктури та каналів розподілу продукції на зазначеному ринку [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Головною проблемою не досить ефективного функціонування аграрного ринку України, на наш погляд, є існування недоліків у формуванні та реалізації внутрішньої та зовнішньої політики маркетингу товаровиробників. Це відбувається на фоні недостатнього наближення накопичених наукових та практичних здобутків до суб'єктів їх застосування. Тому розв'язання проблем функціонування об'єктового ринку слід починати з опрацювання та адаптації до поточних умов діяльності методологічного підґрунтя до складових політик маркетингу підприємств, як основних учасників ринку [3].

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення існуючого стану функціонування підприємства на ринку овочевої продукції, зокрема, аналіз його виробничих та збутових можливостей, а також надання пропозиції щодо підвищення економічної ефективності реалізації товару через використання окремих інструментів маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Овочівництво – складна і трудомістка галузь АПК, повноцінний розвиток якої стримується низкою причин, які можна згрупувати за двома основними напрямками, такими як формування пропозиції (виробництво) та управління

* Науковий керівник – Мандич О.В., д.е.н., професор



процесами задоволення попиту (маркетингова діяльність). До проблем формування пропозиції належать: низький рівень агротехнологій під час вирощування овочевих культур унаслідок недостатнього ресурсного та технологічного забезпечення; невідповідність вітчизняної овочевої продукції європейським стандартам (європейські супермаркети реалізують лише продукцію, що має сертифікат якості та безпеки) тощо. До проблем управління процесами задоволення попиту належать: відсутність необхідних потужностей для доробки і зберігання; низький розвиток агрологістики та відсутність професійного брендингу; відсутність ефективної інфраструктури [4]. За оцінками фахівців аграрного ринку обсяг його овочевого сегменту в Україні навіть перевищує зерновий. Однак незадовільний рівень розвитку даного ринку (неструктурованість, значні втрати при товаропросуванні, висока вага спекулятивної складової у ціноутворенні тощо) свідчать про необхідність обґрунтування перспективних заходів для його розвитку [6].

Овочівництво є одним із найбільш прибуткових видів агробізнесу, а сам ринок овочів займає стратегічно важливе значення у забезпеченні населення якісними та особливо корисними видами продовольства, які є джерелом вітамінів.

Виробництво овочів належить до стратегічно важливих напрямів розвитку сільськогосподарського виробництва, що не лише гарантує продовольчу безпеку держави, але також забезпечує сировиною харчову переробну промисловість, яка випускає експортно орієнтовану продукцію із високою доданою вартістю [8].

На ринку овочів останніми роками складалася ситуація, коли внутрішнє виробництво з розрахунку на одну особу загалом зросло до 215-221 кг, тоді як споживання трохи перевищило раціональну норму (161 кг) і досягло орієнтовно близько 165 кг (рис. 1).

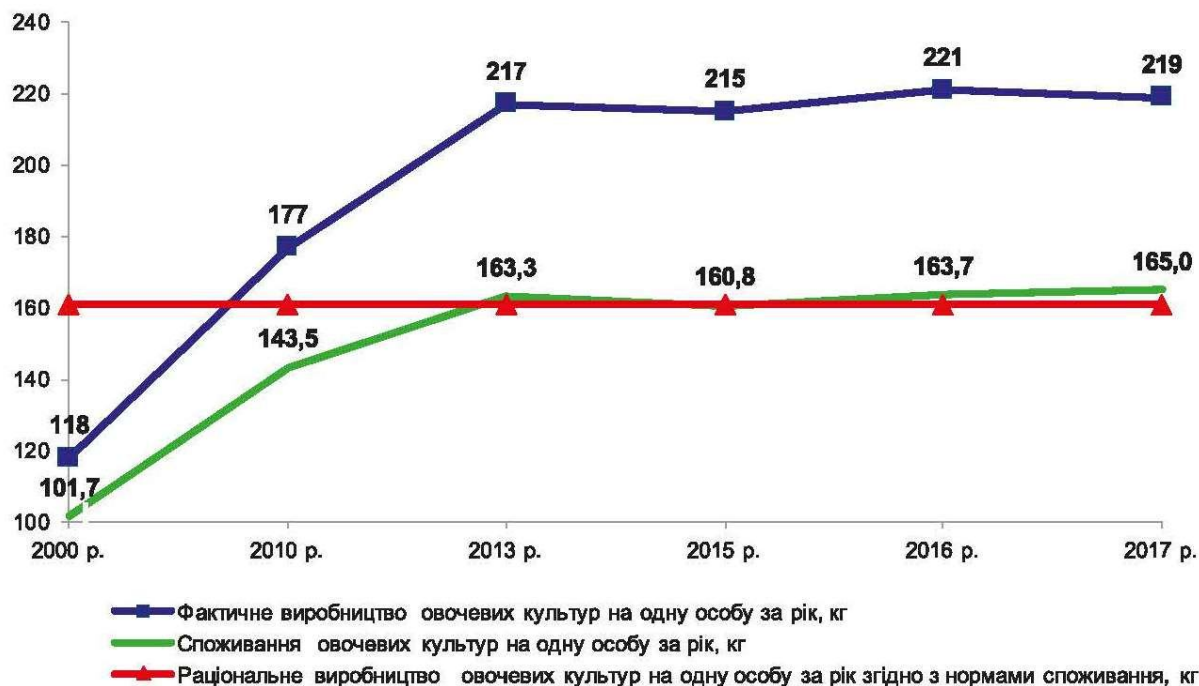


Рис. 1. Динаміка виробництва в Україні овочів відносно раціональної норми споживання (рівень споживання у 2017 р. – експертна оцінка)

Джерело: складено за даними Держслужби статистики України

Однак навіть за наявних умов це не зменшувало обсяги їх імпорту, особливо в зимово-весняний сезон, коли вітчизняні аграрії ще не в змозі повністю покрити зростаючий на них попит власним виробництвом.

Загалом, торік порівняно із 2000-м виробництво овочів зросло в 1,6 разу навіть за умов зниження площі їх збирання, що не в останню чергу було досягнуто передусім за рахунок суттєвого підвищення середньої урожайності вирощування в 1,8 разу (рис. 2).

Овочівництво закритого ґрунту, або тепличне здебільшого зосереджене на вирощуванні двох основних культур — помідорів та огірків (рис. 3).

У загальному виробництві частка овочів закритого ґрунту щороку зростає і минулого року вже досягла 6,1%. При цьому 30,1% усього обсягу, або майже кожен 3 кг огірків із 10 було вироблено в теплицях, тоді як частка помідорів становила близько 11,7%. Однак нинішні обсяги виробництва овочів у тепличних господарствах є недостатніми для задоволення зростаючого сезонного попиту на цю продукцію, про що свідчить аналіз імпорту окремих їх видів.

Ціни на овочі традиційно мають сезонний характер волативності зміни. Однак внаслідок певних особливостей їх формування на ринку, зумовлених високим рівнем конкуренції з боку мільйонів їх основних виробників — господарств населення, а також тисяч аграрних підприємств та імпорту, цінові тренди є більш передбачуваними.

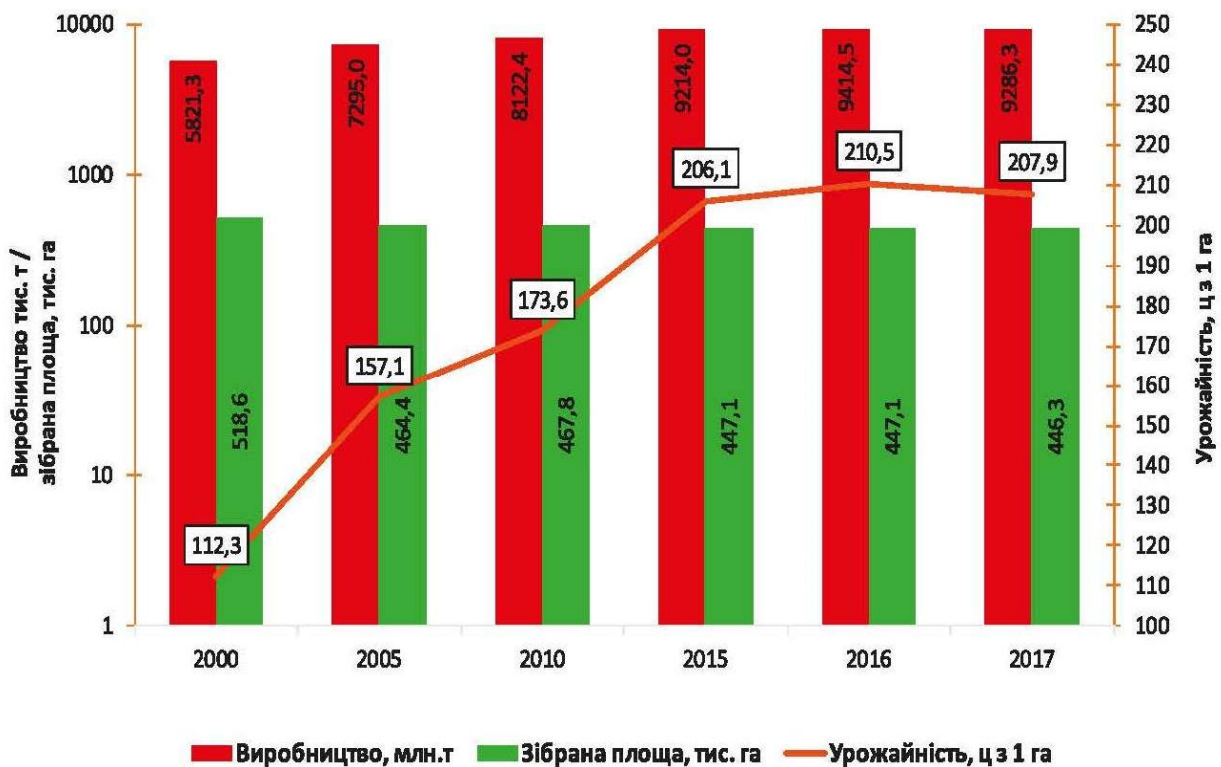


Рис. 2. Динаміка виробництва усіх овочевих культур в Україні

Джерело: складено за даними Держслужби статистики України

Впродовж січня-квітня 2018 р., порівняно з аналогічним періодом минулого року, середні ціни на овочі в Україні зросли на 8,3 %. Водночас, порівняно із січнем 2018 р. на ринку ціни реалізації в середньому по всіх овочах за 4 останні місяці підвищилися на 168,9%. Поряд із цим вартість овочів закритого ґрунту традиційно збільшилася у зимовий період та знижується із початком весни.

Для абсолютної більшості овочевих культур наявні реалізаційні ціни, за винятком окремих років, фактично дозволяють не лише повністю покрити усі виробничі витрати на їх вирощування, але й забезпечують досить високий рівень рентабельності, який зазвичай перевищує 100%. Тому цей напрям агробізнесу є доволі економічно вигідним та гарантує стабільний попит на продукцію як внутрішнього, так і зовнішнього продовольчих ринків [8].

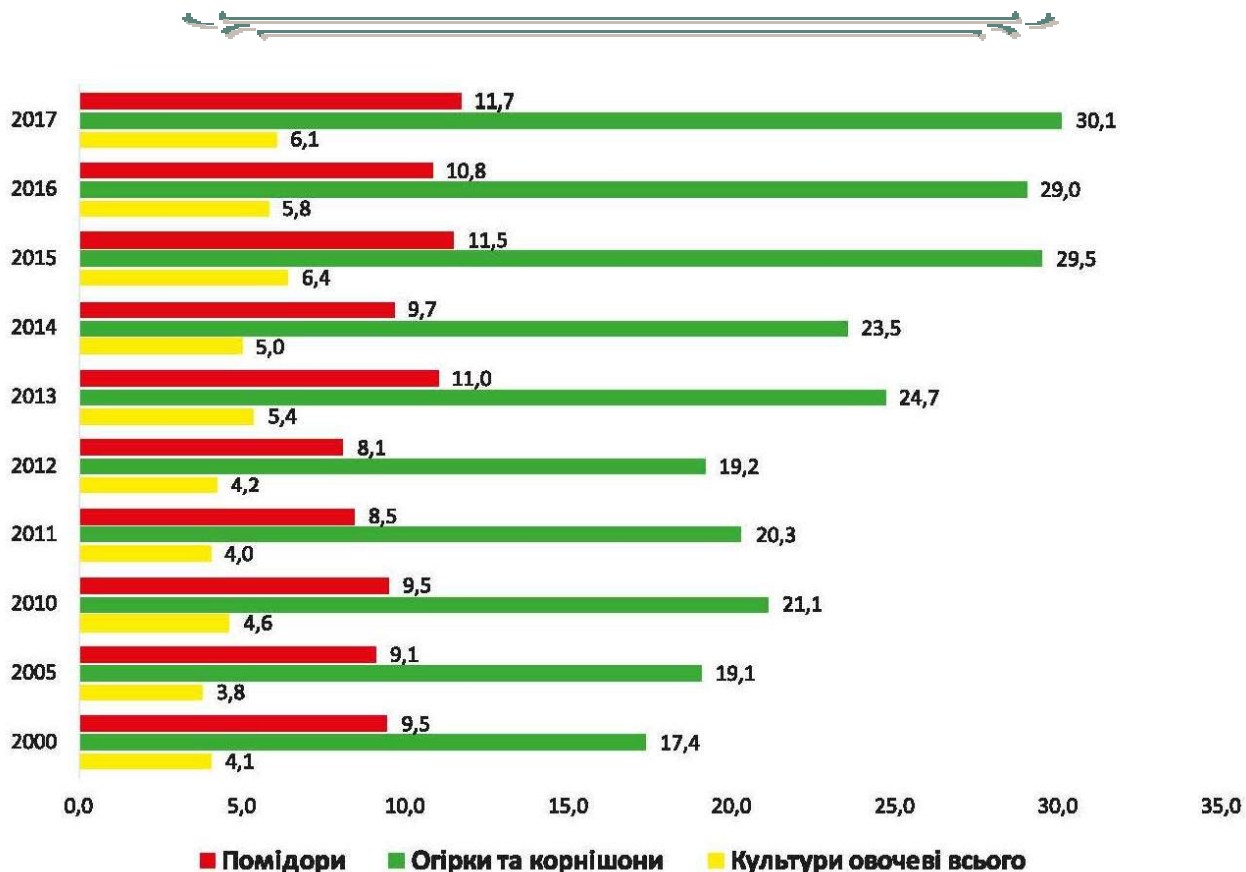


Рис. 3. Питома вага виробництва овочів закритого ґрунту в Україні, %
 Джерело: складено за даними Держслужби статистики України

Висновки. Аналіз стану виробництва овочів свідчить, що вказаний напрям агробізнесу залишається одним із найбільш стійких та перспективних для розвитку в усіх категоріях господарств. Також слід відзначити, що овочі і продукти їх переробки нині фактично представляють значний зовнішньоекономічний резерв підвищення доходів і диверсифікації вітчизняного аграрного експорту. В свою чергу, імпорт овочів має суто виражений сезонний характер, а, відтак, не справляє суттєвого впливу на цінову ситуацію внутрішнього продовольчого ринку.

Література.

1. **Батюк А.А., Квятко Т.М., Бабко Н.М.** Суспільні ринкові трансформації: глобальний контекст. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ. 2018. Вип. 193. С. 110-120.
2. **Батюк А.А., Квятко Т.М., Бабко Н.М.** Транснаціоналізація національних економічних систем в умовах глобалізації. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ. 2018. Вип. 200. С. 95-103.
3. **Іващенко О.В.** Сучасний стан та тенденції розвитку об'єктових ринків продукції рослинництва // Ринкова система України: стан та перспективи розвитку: монографія / за ред. **О.В. Макарюка, В.М. Жмайлова, Ю.І. Данька**. – Х.: «Міськдрук». 2011. С. 630-681.
4. **Корнієнко С.І., Рудь В.П., Кіях О.О., Терьохіна Л.А.** Концептуальні основи розвитку овочівництва та забезпечення продовольчої безпеки. *Міжвідомчий тематичний науковий збірник «Овочівництво і багаторічне садівництво»*. 2012. № 58. С. 7-18.
5. **Мандич О. В.** Стратегії підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: інструментальний підхід. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ. Вип. 172. 2016. С. 141-147
6. **Мандич О.В.** Основні фактори формування ринкової позиції зерновиробників. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ. 2014. Вип. 149. С. 224-229.

7. **Писаренко В.В.** Перспективи розвитку галузі овочівництва. *Економіка АПК*. 2010. № 7. С. 39-42.

8. **Сухий П.А., Заячук М.Д.** Сучасний стан і перспективи розвитку овочівництва в Україні. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія: Географічні науки*. 2012. Т. 25 (64), № 3. С. 38-48.

9. http://www.agrosvit.info/pdf/9_2009/9.pdf



УДК 635:338.439.5(477)

ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

PROBLEMS OF ORGANIC PRODUCTION IN UKRAINE

НОСКОВА К.Є., студентка*

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

В статті досліджено особливості функціонування ринку органічної продукції в Україні та проблеми, які виникають на шляху його розвитку. До таких проблем ми відносимо: складні умови і великі терміни проходження сертифікації продукції і підприємств; складність виходу вітчизняної продукції на ринки країн Європейського Союзу; наявність псевдоорганічних виробників; висока вартість органічних продуктів та інші.

Ключові слова: органічна продукція, органіка, ековиробництво.

The article deals with the peculiarities of the functioning of the organic produce market in Ukraine and the problems that arise in the way of its development. Such problems include: difficult conditions and long terms of certification of products and enterprises; the difficulty of domestic products entering the markets of the European Union; presence of pseudo-organic manufacturers; high cost organic products and others.

Key words: organic production, organics, ecological production.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Глобальною проблемою всього світу є забезпечення мінімально шкідливого впливу на екологію у процесі виробництва, в тому числі і продукції сільського господарства. Використання хімічних добрив, антибіотиків та інших речовин негативно впливає на навколишнє середовище. Виходячи з цього, необхідним шляхом для зменшення такого агресивного впливу на довкілля є екологічно чисте виробництво. Сьогодні в Україні виробництво органічної продукції має ряд проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем, які супроводжують розвиток українського ринку органічної продукції займається ряд вчених, таких як Гаваза Є.В., Довгань О.М., Мандибуря Я.В., Каблучка А., Найда І.С., Запша Г.М., Квятко Т.М. та ряд інших. Не зважаючи на те, що дана тема висвітлена у ряді наукових праць, слід зауважити, що коло питань залишається не повністю розкритим і потребує подальшої доробки.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження основних проблем виробництва та реалізації органічної продукції в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині розвиток органічного аграрного виробництва на державному рівні в нашій країні регулюється Конституцією України, Земельним кодексом України, Законами України «Про охорону навколишнього природного середовища». Особливого значення набув Закон України «Про виробництво та обіг органічної

* Науковий керівник – Бабко Н.М., к.е.н., доцент