

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПЛОДООВОЧЕВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

**КУЧЕРЕНКО С.М., К.Е.Н.,
УМАНЬСЬКА ФІЛІЯ КИЇВСЬКОГО ІНСТИТУТУ
БІЗНЕСУ І ТЕХНОЛОГІЙ**

В статті відображені основні проблеми, стан та перспективи розвитку ринку овочівництва та садівництва в Україні.

The article reflects the main problems, progress and prospects of market gardening and vegetable production in Ukraine.

Постановка проблеми. Ситуація на сучасному ринку продовольства вимагає нових підходів до його реформування, стабілізації та нарощуванні обсягів товарної маси аграрного сектору економіки України як для внутрішнього споживання, так і зростаючих зовнішніх потреб. З кожним роком все більше проявляється тенденція важливості розвитку аграрного сектору нашої держави, як запоруки продовольчої безпеки українського народу та можливості чи нездатності подолання світової продовольчої кризи. В попередні роки поширеною була політика продажу іноземним інвесторам аграрних виробництв та оренди землі. Проте, ті глобальні потрясіння в природному середовищі, коли заливаються водою чи притрушуються попелом мільйони гектарів землі, чи відбуваються континентальні соціально-політичні зміни в боротьбі за розподіл сфер впливу змусили визнати світовою спільнотою Україну, як одну із небагатьох країн здатних забезпечити населення інших держав продуктами харчування.

Вирішення питання участі в міжнародному ринку продовольства не лише дає право визнання України, як необхідного сегмента, а, й, головне, вимагає вирішення необхідних проблем, пов'язаних з: 1) проведенням земельної реформи, як головного фактора розміщення сільськогосподарського виробництва. Насичення сільськогосподарського сектору грошовою масою (інвестиції, кредити, страхування) є другою необхідною умовою. Третьою, - вирішальною умовою є забезпечення на законодавчому рівні та практичному вимірі

продовольчої безпеки. По-четверте, визначення та підтримка пріоритетних галузей АПК. П'ятою прерогативою виступає пристосування наукових та освітянських установ, реорганізованих інституційних закладів до сучасного економічного середовища в світових параметрах для виконання шостої умови просування та захисту українського товаровиробника на зовнішніх ринках. Актуальність цих проблем нагальна для українського ринку плодоовочевої продукції.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Динаміку розвитку плодоовочевого ринку, тенденцій агропродовольчого виробництва, його теоретичних, методичних та прикладних аспектів, технологічної готовності економіки України у посткризовий період висвітлено вченими А. Шумейком, О. Шестопалом, П. Саблуком, В. Бойком, В. Писаренком, В. Месель-Веселяком, Б. Пасхалером, О. Шубравською, Д. Крисановим, К. Прокопенко, Л. Федуловою. Однак, проблема задоволення споживчого попиту плодоовочевою продукцією стає все більш актуальною.

Метою дослідження є висвітлення розвитку плодоовочевого ринку, виведення на зовнішні ринки експортного потенціалу, якісної органічної продукції, усунення внутрішніх проблем.

Основні результати дослідження. Україна вважається традиційним виробником плодоягідної та овочевої продукції. Проте за роки незалежності по цих товарних групах спостерігається тенденція до зменшення обсягів їх виробництва, відбувається заміщення плодів та овочів імпортом. В розрахунку на душу населення в 1991 – 2009 рр. рівень споживання плодів і ягід в середньому по країні становив 28 кг. або 34% від рекомендованої норми, що тотожно рівню споживання 1960р.

Маючи сприятливі умови для вирощування, український споживач відчуває дефіцит зимових груш, яблук, полуниць, вишень, черешень, смородини, горіхів, винограду. Зелений горошок, огірки, томати, часник, цукрова кукуруза в структурі посівних площ мають незначну питому вагу, всього від 2 до 10%. Садівнича галузь представлена в основному яблуками 65-70% всього виробництва, кісточкові – 25-28%, ягоди – 3-4%, горіхи -1,5-2%. Український овочевий асортимент презентує морква, буряки, капуста, картопля 70-80% загального обсягу.

Ринкова активність суб'єктів плодоовочевого ринку, використовуючи різнобічний інструментарій впливу на ринок, через обсяги виробництва, ціну, номенклатурно-асортиментну політику, активні маркетингові дії, позитивний імідж, розвиток власної збутової мережі фірм, висока якість ще досить низька [2]. Величина ринкового сегменту своїх фруктів доходить до 20%. Ми імпортуємо 80% фруктів та ягід в рік, навіть через 20 років буде відчутна їх нестача. Щорічно Україна ввозить в два рази більше яблук, ніж експортує. Українські яблука вивозять на продаж в Росію -97,8%, решту в Казахстан – 0,7%, Австрію – 0,6%, Білорусію – 0,5%, Грузію – 0,2%, Польщу – 0,1%. В цьому чи 2010 р. Україна ввезла 96,8% імпорту яблук з Польщі, 0,9% - Італії, 0,6% - Нідерландів, 0,5% Греції, 0,4% - Франції. Основним чинником недостатнього забезпечення населення садівничим та в овочевим товаром є низький рівень їх виробництва по всіх категоріях господарств. Спад виробництва пояснюється значним скорочення площ під садами та овочевими культурами, розбалансованою заготівлею, зменшенням кількості переробників [3].

В результаті значна частка плодів, овочів та ягід, вирощених в приватному секторі, пропадає лише певна їх кількість по високим цінам попадає в міста.

Господарствами населення щорічно вирощується до 80% плодів та ягід від загального їх виробництва по Україні, 95-98% картоплі, 80-85% овочів, що підтверджено багатьма дослідженнями[1]. Для споживання переважно в свіжому виді завозиться значний обсяг закордонних плодів та овочів. Промислова переробка потребує значних обсягів свіжої сировини і якщо запустити потужності переробних підприємств, то сировини в Україні катастрофічно не вистачає.

Загальна площа садів за два десятиліття зменшилась впововину. Одним із головних чинників недостатнього виробництва плодоовочевої продукції є низька урожайність насаджень. Низька продуктивність садів обумовлена їх великою розпорощеністю. Для плодоовочівництва характерна висока питома вага ручної праці та низький рівень механізації виробничих процесів. Втрати урожаю часто пояснюються великими втратами при невчасному збиранні врожаю, малою кількістю стаціонарних сховищ.

Значно послаблює дію негативних чинників на розвиток

плодоовочівництва зональна, господарська і внутрішньогосподарська спеціалізація. Найбільш сприятливими для вирощування на внутрішнє споживання та експорт кісточкових є Хмельницька, Вінницька, Чернівецька, Закарпатська та Черкаська області; черешні в Автономній Республіці Крим, Закарпатській, Запорізькій, Миколаївській областях; зерняткових – АРК, Вінницькій, Хмельницькій, Черкаській, Чернівецькій областях; ягідництва – Полісся, Черкащина.

Вища ефективність вирощування, якість зберігання плодів, стійкість їх до хвороб забезпечується достатнім внесенням поживних речовин, каталізуючими мікроелементами, засобами захисту рослин. Ці позиції дозволяють торгувати на внутрішньому і зовнішніх ринках з дотриманням міжнародних стандартів якості. Вирощування плодів та овочів – це високотехнологічний бізнес, який створюють спеціально виведенні інтенсивні сорти, крапельне зрошення, контроль вологості, підживлення під корінь, захист від приморозків, зберігання в спеціальному регульованому середовищі газових сумішей та жорстким контролем температур.

Високотоварне виробництво мотивує населення вживати цілорічно свіжі дари садів та городів. Наприклад, яблуко вживається весь рік, сезонність згладилась. За останнє десятиліття в пору плодоношення вступили сучасні високотехнологічні сади [4, с.30]. Декілька років тому українські виробники ще не експортували яблука, а вже в 2010 році експортовано близько 100 тис. тонн, головним чином в Росію. І в Україні є зараз всі можливості стати найбільш інтенсивною «яблучною» державою Європи і тут може проявитися виробництво в дуже вузьких напрямках – екологічних місцевих продуктах, соках, мармеладах, сушні. При виваженому підході, ця галузь могла би забезпечити велику кількість робочих місць, хоча вона потребує довгострокових інвестицій і швидко їх не окупити. Проте обсяги плодоовочевого ринку величезні.

Бізнесмен, Ю. Косюк ефективною моделлю бізнесу вважає 10-15 га саду, який утримує одна сім'я де трудяться всі її члени – діти, онуки, теща. Тільки при цій моделі є змога забезпечити ефективний менеджмент, що в цьому бізнесі складає 99% результату [6].

Ринкова активність суб'єктів плодоовочевого ринку залежна від ціни. В цьому маркетинговому році ми переконуємося в

світових цінах. Аналіз цієї економічної ситуації показує – тотальну корупцію, монополізацію ринків, відставання фінансового та сільськогосподарського секторів України [5].

Високою собівартість робить обов'язок підприємця платити придумані штрафи та побори, що збільшує її на третину. Виробники могли б продавати вирощений урожай по самим низьким цінам, але за постійних вимогань вимушені збільшувати ціни на гурті, не згадуючи про роздріб. Відсутність державної підтримки, гніт чиновників привели до монополізації ринка та вимиванні з нього невеликих підприємців, що викликало невідповідне збільшення вартості товарів. Однак, існує проблема не тільки в виробниках, а й у відсутності ринків збуту. Розмістити свій товар на вітринах великих торгових підприємств дуже важко. Прямими зв'язками можуть бути інтегровані лише невелика кількість крупних виробників. Співпраця малих підприємств через посередників сприяє подорожчання товару з самого початку просування на 15-20%. Така ситуація підтверджує нагальну необхідність створення по країні заготівельної мережі в особі досвідченого менеджера – системи Укоопспілки, послідуєчий продаж через оптові бази, створені в великих містах, транспортних осередках. Здорожує кінцеву ціну й неофіційна плата менеджерам по закупкам, які сприяють розміщенню товарів на полках магазинів.

Підвищує ціну вітчизняних товарів довговічність української фінансової кризи, наданням дорогих кредитів не менше, ніж на 24% річних. Однак, 24% це ще не межа, пропонують 36% чи навіть 60% річних, що по світовим вимогам є надзвичайно високими, кожен західний виробник просто не витримає таких фінансових ресурсів і собівартість його товару буде неконкурентною.

У всьому світі є актуальною проблема вирощування органічних продуктів, світовий органічний тренд буде все більше впливати на українського виробника. В державі відсутні стандарти вирощування та хіміобробітку плодів та овочів, тому можна їх купити з ненормованими пестицидами, що не відповідає стандартам якості, що змушує споживача вибирати країну-постачальника.

Аналізуючи стан плодоовочевого ринку доцільним зробити

ВИСНОВКИ:

1. Сучасний вітчизняний ринок плодоовочевої продукції тільки починає розвиватись. За 20 років панування корупції, монополії та високих кредитних ставок різко скоротились площі, урожайність фруктових насаджень, побіднішав овочевий асортимент.

2. Обсяги імпорту овочів та фруктів за останні п'ять років виросли в чотири рази, валюта купівлі закордонних продуктів подорожчала вдвічі за цей же період. Механізмами, які б стабілізували вітчизняний ринок та дали змогу експортувати якісний органічний продукт на світовий ринок повинні бути ріст обсягів виробництва; прийнятна ціна продажу; продуктивна номенклатурно-асортиментна політика через розширення кола продуктів, їх прихильності до виробника за рахунок задоволення запитів і побажань споживачів. Активні маркетингові дії всіма засобами направити на приваблення нових споживачів, їх позитивне ставлення до виробників, їх брендів заохочення та розширення зацікавлених покупців. Зростання популярності української марки, насамперед, якісними параметрами. Реорганізація заготівельно-збутової мережі.

Перспективою подальших розвідок повинна бути реалізація наукових розвідок щодо збільшення обсягів плодоовочевого ринку шляхом стабілізації конкурентних переваг та нарощування вітчизняного іміджу з метою забезпечення безпеки плодоовочевої продукції та становленню граничного рівня вітчизняної продукції не менше 80%.

Література.

1. Месель-Веселяк В.Я. Організаційно-економічні умови розвитку аграрного виробництва в Україні //Економіка АПК.-2010.-№9.-С.3-12.

2. Пасхавер Б.Й., Шубравська О.В., Крисанов Д.Ф., Прокопенко К.О. Агропродовольче виробництво у 1990-2009 рр.: тенденції розвитку//Економіка АПК.-2010.-№9.-С.12-20.

3. Писаренко В.В. Особливості роздрібної торгівлі плодоовочевою продукцією//Економіка АПК.-2009.-№11.-С.110-113

4. Тот ещѐ фрукт//Фокус.-2011.-№9.-С.29-31.

5. Федулова Л. Технологічна готовність економіки України до нових викликів в умовах відсутності технологічної політики//Економіка України.-2010.-№9.-С.12-26.

6. Фермер №1//Кореспондент.-2011.-№6.-С.27-28.