

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»



СУЧАСНІ ТРЕНДИ І ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ОВОЧІВНИЦТВА
У ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Колективна монографія



Херсон
2019

УДК 635:338.432(477.72)
Б73

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Державного вищого навчального закладу
«Херсонський державний аграрний університет»
(протокол № 9 від 28.03.2019 р.)

Рецензенти:

Л.М. Худолій – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри банківської справи та страхування Національного університету біоресурсів та природокористування України, м. Київ;

Н.В. Трусова – доктор економічних наук, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Таврійського державного агротехнологічного університету, м. Мелітополь;

М.В. Шарко – доктор економічних наук, професор кафедри економіки та підприємництва Херсонського національного технічного університету, м. Херсон.

Сучасні тренди і перспективи розвитку овочівництва у Херсонській області :
Б73 колективна монографія / За ред. Н.С. Танклевської. Херсон : Видавничий дім
«Гельветика», 2019. 308 с.

ISBN 978-966-916-782-8

Колективна монографія є узагальнюючим результатом дослідження науковців кафедри економіки та фінансів за участі викладачів кафедр загальноекономічних дисциплін і менеджменту організацій Херсонського державного аграрного університету, у співпраці з Українським проектом бізнес-розвитку плодоовочівництва (UNBDP) та Департаментом агропромислового розвитку ХОДА. У монографії комплексно висвітлені актуальні науково-теоретичні та практичні питання ефективного розвитку галузі овочівництва у Херсонській області, досліджено напрями удосконалення системи доробки, збуту та зберігання овочевої продукції, фінансування підприємницьких структур галузі, визначені перспективи розвитку овочівництва у Південному регіоні. При написанні монографії була використана інформація Департаменту агропромислового розвитку ХОДА, ГО «Земля Таврії», ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет» та матеріали діяльності «Українського проекту бізнес-розвитку плодоовочівництва».

Матеріали можуть бути використані науковцями, викладачами, аспірантами, докторантами, здобувачами другого (магістерського) та третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, фахівцями-практиками, а також зацікавленими особами з окресленого кола проблем.

Видання монографії фінансується за підтримки Українського проекту бізнес-розвитку плодоовочівництва (UNBDP).

УДК 635:338.432(477.72)

ISBN 978-966-916-782-8

© ДВНЗ «ХДАУ», 2019

© Видавничий дім «Гельветика», 2019

ЗМІСТ

| | |
|------------------------|----------|
| ПЕРЕДМОВА | 6 |
|------------------------|----------|

Розділ 1**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ
ГАЛУЗІ ОВОЧІВНИЦТВА**

| | |
|--|----|
| 1.1. Ринок овочів та продукції овочівництва..... | 8 |
| <i>Ковтун В.А.</i> | |
| 1.2. Баланси виробництва і споживання продукції овочівництва в Україні..... | 20 |
| <i>Аверчев О.В., Крикунова В.М.</i> | |
| 1.3. Експортний потенціал галузі овочівництва..... | 36 |
| <i>Бойко В.О., Бойко Л.О.</i> | |

Розділ 2**СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ОВОЧІВНИЦТВА
У ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

| | |
|--|----|
| 2.1. Економічна оцінка виробничого потенціалу галузі овочівництва Херсонської області..... | 51 |
| <i>Степанова М.М.</i> | |
| 2.2. Динаміка і структура виробництва овочів відкритого ґрунту..... | 63 |
| <i>Крикунова В.М.</i> | |
| 2.3. Ефективність реалізації продукції овочівництва аграрними підприємствами Херсонської області..... | 76 |
| <i>Крикунова В.М., Аверчева Н.О.</i> | |

Розділ 3**УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТУ
ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

| | |
|--|-----|
| 3.1. Маркетинг продукції овочівництва..... | 89 |
| <i>Галат Л.М., Терновський В.О.</i> | |
| 3.2. Логістика овочів в Україні..... | 112 |
| <i>Галат Л.М.</i> | |
| 3.3. Кооперація як основа ефективного розвитку дрібнотоварних господарств галузі..... | 125 |
| <i>Аверчева Н.О.</i> | |
| 3.4. Удосконалення системи зберігання і переробки продукції..... | 144 |
| <i>Галат Л.М.</i> | |

Розділ 4**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОВОЧІВНИЦТВА
ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ**

| | |
|---|-----|
| 4.1. Стратегічні орієнтири і прогнозування розвитку галузі овочівництва..... | 159 |
| <i>Адвокатова Н.О.</i> | |
| 4.2. Стан та перспективи розвитку органічного овочівництва..... | 182 |
| <i>Петрова О.О.</i> | |
| 4.3. Підвищення конкурентоспроможності продукції овочівництва на основі управління якістю..... | 204 |
| <i>Грановська В.Г.</i> | |
| 4.4. «Зелені» логістичні рішення в системі овочівництва на основі принципів маркетингу..... | 220 |
| <i>Осадчук І. В., Боліла С.Ю.</i> | |

Розділ 5

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ

| | |
|--|------------|
| 5.1. Особливості фінансування діяльності аграрних підприємств..... | 242 |
| <i>Танклевська Н.С.</i> | |
| 5.2. Кредитне забезпечення діяльності господарств..... | 259 |
| <i>Карнаушенко А.С.</i> | |
| 5.3. Впровадження світового досвіду у вирішенні фінансових питань..... | 281 |
| <i>Нікітенко К.С.</i> | |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 292 |

ПЕРЕДМОВА

За прогнозами експертів овочевого ринку, зростання рівня доходів населення у світі стимулюватиме зростання попиту на овочеву продукцію та розширення асортименту високоякісних свіжих овочів та продуктів їх переробки. За останні 20 років спостерігається тенденція до збільшення світового виробництва овочевої продукції, що спричинено зростанням споживання овочів у світі.

Викликом ефективного розвитку овочівництва на сучасному етапі в Україні є насичення внутрішнього ринку і задоволення потреб населення на рівні раціональних норм споживання, підвищення попиту на якісну овочеву продукцію через пропаганду здорового способу харчування та можливості посилення конкурентних позицій вітчизняних підприємств на європейському і світовому ринку.

Україна має потенціал бути основним експортером свіжих овочів і овочевої продукції в країни Західної Європи, але недосконалість ринкового механізму, зокрема відсутність доступу до великих оптових ринків значної кількості товаровиробників, повних циклів післязбиральної доробки, кооперації для організації логістики і багатьох інших складових виробництва й маркетингу, є головною проблемою європейського вектору інтеграції підприємств галузі.

Вступ України до Світової організації торгівлі активізував процеси технологічного оновлення овочевого виробництва, орієнтацію на задоволення потреб споживачів на внутрішньому ринку з урахуванням платоспроможного попиту населення. Крім того, відбувається переорієнтація виробництва на розширення експортних можливостей через збільшення асортименту свіжої і консервованої овочевої продукції.

На сьогодні існує три основні способи подолання проблем розвитку галузі через безперервне впровадження інновацій в технології вирощування, післязбиральної підготовки, зберігання, переробки і розширення асортименту. Цей напрям багатовекторний і вирішується за рахунок засвоєння технологій вирощування нових

видів; створення нових сортів і гетерозисних гібридів; впровадження нових способів маркетингу та логістики готової овочевої продукції. На нашу думку, комплексну програму інтенсивного розвитку саме овочівництва як найбільш ефективної та перспективної галузі вітчизняного аграрного сектору, слід деталізувати програмами регіонального рівня. В Україні галузь овочівництва протягом тривалого періоду реформування аграрного сектору економіки зазнала суттєвих змін у обсягах і структурі виробництва, за видами продукції і за категоріями господарств, що зумовлює необхідність додаткового наукового обґрунтування. Крім того, дослідження сучасних проблем підвищення ефективності виробництва та реалізації овочевої продукції на рівні кожного регіону актуалізує тему обраного дослідження.

Отже, дослідження сучасного стану, проблем і перспектив розвитку овочівництва на рівні регіону набувають важливого значення на сучасному етапі розвитку галузі.

Колективна монографія має наукове і практичне значення у вирішенні проблем розвитку овочівництва у Херсонській області та стане важливою складовою наукового доробку авторського колективу у цій сфері.

Зміст монографії, є точкою зору авторів, не обов'язково відображає офіційну позицію Уряду Канади.



Український проект бізнес-розвитку плодоовочівництва (UHBDP) фінансується Міністерством міжнародних справ Канади, реалізується та співфінансується Менонітською Асоціацією Економічного Розвитку (MEDA). MEDA співпрацює з Ізраїльським агентством міжнародного співробітництва (MASHAV) та міжнародними сервісними компаніями з метою надання технічної підтримки.

Розділ 1

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ОВОЧІВНИЦТВА

1.1. Ринок овочів та продукції овочівництва

Ковтун В.А., доцент, к. с.-г. н.,

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

Овочі – життєво необхідні продукти харчування; основне джерело вітаміну С, каротину, вітамінів груп К, Е, а також мінеральних речовин, зокрема солей калію, кальцію, натрію, фосфору, заліза. Вони багаті на вуглеводи. Ефірні олії надають овочам приємного аромату, барвники – привабливого вигляду, органічні кислоти разом з цукрами – приємного смаку і сприяють збудженню апетиту. Овочі містять; азотисті речовини у вигляді білків і сполук небілкового азоту; глюкозиди, незначну кількість жиру [141].

Галузь овочівництва має серйозні проблеми при своєму становленні: відсутність ринків збуту та перевиробництво продукції. Одна з причин – галузь не має дієвих профільних асоціацій, які б допомагали аграріям аналізувати і прогнозувати діяльність із таких питань: обсяги вирощувати овочевої продукції, ринки її реалізації та тенденції на ринках. Найважливішим пріоритетом розвитку овочівництва є підвищення доходів виробників цієї продукції та інших учасників овочевого ринку через впровадження інноваційних технологій і бізнес-підходів, що забезпечують економію витрат, часу і фізичних зусиль: нарощування потенціалу, ринкових зв'язків, взаємодії між учасниками ринку; внесення вкладу в добробут суспільства; виробництво високоякісних і безпечних харчових продуктів; орієнтування на наявні технології, знання та навички з урахуванням місцевих умов і можливостей тощо [5].

Подальший розвиток овочевого ринку України визначає стан та тенденції розвитку світового ринку овочів. Світовий ринок овочів розвивається під дією таких факторів: загострення продовольчої безпеки у багатьох країнах світу, що зумовлює підвищену увагу до овочів як одного із основних продуктів харчування з боку міжнародних організацій; глобалізація сільського господарства внаслідок пом'якшення торговельних бар'єрів; посилення ролі споживача та конкуренції на ринку овочів; підвищення вимог споживачів до якості кінцевої продукції; впровадження інноваційних розробок у діяльність із виробництва овочевої продукції. Це в свою чергу впливає на підвищення ефективності виробництва овочів, поглиблення процесу вертикальної інтеграції та активізацію партнерських відносин.

Виробництво овочів (до них ФАО включає також дині) в кінці ХХ і на початку ХХІ ст. динамічно розвивається в більшості країн світу завдяки зростаючому попиту на овочеву продукцію на світовому і внутрішньому ринках. Найбільший обсяг виробництва овочів відбувся у період з 1995 по 2005 рік. Зростання виробництва овочевої продукції у світі, за визначений період, становило 327,4 млн т або 57,3% перевищувало темпи зростання населення, це є свідченням того, що споживання овочів у світі зростає. США є найбільшим світовим експортером свіжих овочів і, перш за все, помідорів та цибулі. Частину овочів ЄС імпортує з Південної Африки, Марокко, Чилі, Аргентини, Нової Зеландії, Турції та Ізраїлю. Кожна країна має довгострокові тісні торговельні стосунки з принаймні однією країною-членом ЄС [57].

Дослідженням доведено, що протягом тривалого періоду часу посівні площі під овочевими культурами збільшувались, внаслідок переважно екстенсивного характеру їх виробництва більшості країн світу. Сприятливі ґрунтово-кліматичні умови в Україні дозволяють залучати під виробництво овочів великі площі землі та отримувати при цьому високі врожаї. За останні роки світові сільськогосподарські виробники освоїли інтенсивні технології виробництва овочів, використовують якісне насіння, високоефективні добрива та засоби

захисту рослин, що призвело, до збільшення обсягів виробництва, реалізації та споживання якісної овочевої продукції.

Найбільшим виробником овочів в світі є Китай. В минулому році в Китаї посівні площі під овочевими культурами і валове їх виробництво склали відповідно 42,8 і 51,6% від світового обсягу. За цими двома показниками Китай вийшов на перше місце в світі за допомогою інновацій і впровадження техніки в овочівництві. Це пояснюється наближенням країни до найбільших ринків овочевої продукції та вигідністю, через дешевші ресурси, що дозволяє інвестувати кошти у виробництво овочевої продукції саме в Китаї, а не виробляти їх безпосередньо у розвинених країнах. Найбільше овочів на душу населення виробляється в Китаї – понад 400 кг, Греції – 296, Іспанії – 273, Білорусії – 245 кг. Україна входить до числа провідних світових виробників овочів [116].

Частка України у світовому виробництві овочів склала біля 1%. Основними регіонами виробництва овочів в Україні є Вінницька, Донецька, Запорізька, Київська, Львівська, Луганська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Херсонська, Харківська області, в яких зосереджено близько 60% усього їх виробництва. Більшість овочевої продукції України вирощується на Півдні. На частку трьох областей (Миколаївської, Одеської, Херсонської) припадає приблизно 25% загального її обсягу виробництва. Херсонська область є основним виробником традиційних (борщовий набір) та тепличних овочів. Популярні культури – цибуля (36%), томати (31%), картопля (14%). Миколаївська область є основним виробником томатів, обсяг яких становить біля 600 тисяч тонн (42%). Одеська область, найбільший регіон з 2 млн га орних земель, вирощує такі основні овочеві культури – картопля (59%), цибуля (15%), томати (12%). Південний регіон має значні потужності з переробки, що складає більше 30% промислового виробництва [51].

У господарствах населення, малих та середніх товаровиробників вирощується більшість овочів: 98% картоплі, 95 – огірків, 93 – столових буряків, 91 – капусти, 83 – цибулі, 87 – моркви та 70% – томатів, тобто ключовими виробниками овочів виступають саме ці

господарства На площу картоплі припадає 74% всіх площ під овочами, по 4 – на капусту та помідори; по 3 – на огірки, цибуля, морква та 2% – на столові буряки. Також характерною ознакою овочівництва є скорочення площ, дане явище викликане відсутністю достатніх потужностей для зберігання, низькою ринковою ціною на продукцію та зміною демографічної ситуації (скорочується частка сільського населення і відповідно скорочуються масив земель, які вони обробляють) [161].

Для вирощування овочів у 2018 року було характерне збільшення частки тепличних овочів та збільшення їх експорту у країни Європейського союзу. При цьому виробники скоротили виробництво картоплі. Це відноситься як до великих комерційних постачальників, так і про зменшення її площі у індивідуальних господарствах. Популярним овочем серед виробників залишатиметься капуста. Аналітики прогнозують збільшення виробничих площ як ранньої, так і пізньої капусти. Виробництво моркви й буряка збільшується, а ціни на них знижуються. Спостерігалася тенденція до збільшення виробництва напівфабрикатів та фасованої продукції з цих овочів. Суттєво збільшилося виробництво та імпорт на ринку часнику. За оцінками компаній, які торгують насінним матеріалом, в Україні площа під часником збільшилася на 1 000 га, що має свій вплив на його ціну. В Україні формується інакший попит, ціна вже не настільки важлива, як це було 3 роки, тому на ці зміни треба оперативно реагувати. Знижуючи собівартість виробники знижують ризики, пов'язані з падінням ціни [107].

Питання попиту та пропозиції вищезазначеної продукції системно не розробляється, кожен підприємець вирощує овочі на свій розсуд. Об'єднавшись у кооперативи вони зможуть: формувати товарні партії; відслідковувати якість продукції; розподіляти витрати, пов'язані зі збутом; інвестувати у спільні склади; збільшити потужності переробки та інше. В останній час сильно знизився обсяг реалізації овочів. Раніше до 70% їх купували АР Крим та Східна Україна. Підприємці у 2017 році скоротили площі посівів під овочевими культурами на 50%, але і за таких умов мали їх

перевиробництво. За перші два квартали 2018 року, експорт цієї продукції виріс на 24%. У серпні 2018 року українські компанії відвантажили на експорт у 1,6 рази більше овочів, ніж за аналогічний місяць 2017 року [50].

Сучасний ринок овочевої продукції України характеризується: великою кількістю малих та середніх виробників, що виробляють продукцію низької якості та малою кількістю професійних господарств, які пропонують високу якість. Виробники продукції овочів потребують нових технологій для збільшення врожайності цих культур. Найбільший сегмент ринку свіжих продуктів, це овочі, які забезпечують 60% загальної виручки. В Україні на сьогодні основним місцем реалізації овочевої продукції залишаються міські ринки, оскільки вони вже стали традиційним для споживачів місцем для закупавання овочів. Причина в тому, що на ринки продукція надходить свіжою, має кращий товарний вигляд, є можливість вибору. Крім цього, ринкові продавці більш гнучкі стосовно попиту і пропозиції, що відображається на роздрібних цінах. На ринку свіжих овочів відбувається переорієнтування споживачів на продукцію вітчизняного виробництва, що зумовлено також і зростанням пропозиції, перш за все тепличної (томати, огірки, зелень) продукції [51].

Останніми роками все більший попит має екологічно безпечна продукція. Основними мотивами придбання такої овочевої продукції є потреба у захисті дітей, різні захворювання, харчова цінність. Труднощі із забезпеченням ринку свіжою овочевою продукцією створило сприятливі умови для міжнародної торгівлі та сприяло глобальній інтеграції в секторі свіжих овочів. Разом з тим, більша частина овочів виробляється для споживання на внутрішні ринки, а на міжнародному ринку продається лише 4,4% світового виробництва овочів. Світове споживання овочів щорічно зростає на 3-4%, органічних – на 8%. Нові світові тренди щодо здорової та правильної їжі, вегетаріанство є основним драйверами цього ринку. Рівень споживання овочів та баштанних в Україні складає 104 кг в рік на душу населення, За рахунок збільшення внутрішнього споживання та

імпортозаміщення ринок цієї продукції може зрости на 30-40%. В Україну відбувається зростання імпорту помідорів, ввезених з Туреччини, Єгипту, Іспанії, Греції, Нідерландів. Збільшилося і споживання імпортової моркви, часнику та столового буряка. Основними країнами-експортерами є Китай, Нідерланди, Польща та Словенія. Імпорт борщового набору залежить від дефіциту їх в Україні. Динаміка імпорту овочевої продукцією за останні роки свідчить, що величина його зростає з кожним роком. В Україну щороку завозиться близько 300 тис. т овочевої продукції на суму приблизно 200-250 мільйонів доларів [78].

Експорт традиційно представляв малу частку ринку свіжих овочів, здебільшого через торговельні бар'єри та технічні труднощі і витрати на перевезення на великі відстані. Проте лібералізація торгівлі, яка впроваджується СОТ, а також через регіональні торговельні угоди розширила ринковий доступ та забезпечила необхідні механізми для боротьби з торговельними бар'єрами, такими, як необгрунтовані санітарні та фітосанітарні обмеження. Експорт овочів Україною за останні 11 років зріс у понад 10 разів, за рахунок різниці цін на внутрішньому і зовнішніх ринках. Ціна на овочі в Україні досить низька, зокрема, на моркву навіть нижча, ніж у Польщі, яка є нашим основним конкурентом з експорту борщової групи овочів. Якщо істотна різниця в цінах на овочі між Україною і зовнішніми ринками збережеться надалі, то експортні обсяги можуть ще збільшитися.

По виробництву борщового набору (буряк, морква, цибуля та ін.) Україна на одному з перших місць в Європі. Але проблема в тому, що цю продукцію виробляють в малих та середніх господарствах, а доля професіоналів є незначною. Південний регіон України не завжди конкурентоспроможний щодо так званого борщового набору. Українські ціни і якість цибулі чи моркви часто не відповідають стандартам інших європейських країн. Однак у аграрних виробників, які вирощують овочеву продукцію, є інші ринки збуту цієї продукції, крім ЄС. Аграрії давно працюють із країнами близького Сходу, Азії, Північної Африки і навіть США, реалізуючи консервацію чи іншу готову продукцію.

Основними чинниками, що впливають на посилення позицій вітчизняної галузі овочівництва, є реструктуризація власності підприємств, консолідація капіталу і збільшення масштабів бізнесу. Характерним і дієвим механізмом ринку є система оптового продажу, цивілізований маркетинг, вивчення попиту і пропозиції, доставка товарів до місця споживання, зберігання і реалізації, реклама, укладання торгових угод і здорова конкуренція.

Подальший розвиток ринку овочевої продукції, набуття ним рис цивілізованості і урегульованості передбачає науково-обгрунтовану державну політику у сфері регулювання виробництва та цін на ринку, створення досконалої його інфраструктури, інформованість і мобільність виробників і споживачів при виборі місця та змісту її реалізації та використання сучасних маркетингових стратегій і методів регулювання ринку овочевої продукції [161].

Оптова реалізація овочевої продукції здійснюється на товарних біржах та оптових ринках. Оптовий ринок сільськогосподарської продукції – юридична особа, предметом діяльності якої є надання послуг, що забезпечують здійснення оптової торгівлі аграрної продукції і укладання торговельних договорів. Вони забезпечують тривалі взаємозв'язки в системі: виробник – оптовик – роздрібний продавець – споживач. На них формуються реальні ціни на аграрну продукцію та оптимальні умови для її реалізації. Всі ринки працюють в єдиному інформаційному просторі, відбувається постійним обмін щодо попиту та пропозиції на кожну товарну позицію. Статус ОРСП отримали юридичні особи лише у Львівській, Київській, Запорізькій, Одеській, Харківській, Рівненській, Миколаївській, Херсонській та Донецькій областях. Робота ОРСП регламентується правилами кожного ринку, які розробляються на підставі Типових правил роботи ОРСП. Статус надається Міністерством аграрної політики та продовольства Україна на конкурсній основі в установленому Кабінетом Міністрів України порядку, за умови забезпечення надання послуг, необхідних для здійснення оптової торгівлі сільськогосподарської продукції, на постійній і регулярній основі [128].

Систему оптового продажу овочевої продукції України мають найбільші оптові ринки: Шувар, Столичний та Початок. Ринок “Шувар” має площу 20 га, 4 основні зони: майданчик для торгівлі з автомобілів; зона дрібногуртової торгівлі, крупноскладська зона та офісно-сервісний центр, Компанія є публічною організацією, яка була неодноразово переможцем в номінації «Сумлінний платник податків у сфері управління активами та нерухомістю». З 2012 року в Компанії впроваджено система менеджменту якості за стандартами ISO 9001, успішне функціонування якої щорічно підтверджується зовнішніми аудитами [164].

Оптовий ринок «Столичний» – це сучасний об’єкт оптової торгівлі, який має 18 га площі та реалізований у форматі багатофункціонального логістичного комплексу. Інноваційна модель ринку передбачає поєднання класичних форм торгівлі продукцією із розвинутою логістикою та дистрибуцією. Мета його діяльності – створення цивілізованого місця зустрічі попиту та пропозиції, що дозволить виявити та сформувавши реальну ринкову ціну на продукцію, а також сприяти переміщенню товарних потоків у регіоні, в країні та на міждержавному рівні. Об’єкт є центром ринкової інформації та обміну досвідом, презентаційної, навчальної та виставкової діяльності аграрного та торгового напрямку [137].

Оптовий ринок “Початок” спроектований і побудований за європейським проектом з дотриманням всіх норм передбачених Євросоюзом. На сьогоднішній день площа ринку становить 10 га. Будівництво оптового ринку здійснювалося в чотири етапи: в 2014 році були побудовані: торгівельні корпуси, критий навіс та майданчик для торгівлі з автомобілів; у вересні 2016 року введено в експлуатацію: адміністративно-побутовий корпус, сім корпусів для торгівлі продовольчими товарами, сухі склади, холодильні камери. та криті навіси для торгівлі з автомобілів; в 2018 році ввели в дію: хостел, офісні приміщення, заклади громадського харчування [106].

Функції оптових овочевих ринків: участь у державній мережі оптових ринків; створення нових сучасних каналів збуту та інфраструктури експорту, імпорту і зовнішнього маркетингу, а також

сучасного місця зустрічі попиту з пропозицією; активізація механізмів оптової торгівлі овочевою продукцією; стимулювання процесу професійної кооперації та асоціювання виробників; формування справедливої ринкової ціни та обмін досвідом і поширення професійних знань.

Покупцями оптових ринків овочевої продукції є: представники готелів, ресторанів, кафе; продовольчий ритейл середнього та дрібного форматів; оператори ринку з інших регіонів. мережеві супермаркети; дистрибуційні компанії; підприємства переробки; роздрібні покупці.

Оператори-орендарі оптових овочевих ринків: міжнародні експортери; вітчизняні компанії-імпортери; регіональні оптові торгові компанії; дрібні торговці; виробники та переробними продукції. професійні оператори ринку.

Торговцями ринку овочевої продукції є: фермерські та дрібні господарства; великі професійні виробники цієї продукції; професійні посередники; селяни-виробники овочевої продукції [137].

Одним із каналів реалізації овочів є супермаркети, які рідко купляють місцеву продукцію, так як імпортована має високу якість, навіть протягом основного сезону українських овочів. Ця продукція постачається охолодженою, запакованою, з відповідним строком її реалізації. Для національного виробника всі ці додаткові ризики залишаються їх проблемою, оскільки супермаркети покладають всі ризики саме на них.

Перспективами розвитку українського ринку овочевої продукції є зміна споживацьких трендів – свіжа та здорова їжа, вегетаріанство, що є нішевим сегментом та вимагає появи нових продуктів на ринку (снеки); а також маркетинг та просування продукції – створення брендової продукції, вирощування екологічно чистої продукції та зростання її експорту, що забезпечить зростанню валютної виручки, поверненню ПДВ, стабільність розвитку галузі та зростання ціни на цю продукцію. За даними аналітиків Всесвітньої Торгової Організації експорт українських овочів у 2016 році становив 532 млн доларів, в

2017 – 688, серед яких: овочі (свіжі, сушені, заморожені) – 283; перероблені (соки, нектари, пасти) – 165 млн доларів [50].

Серед об'єктивних факторів перспектив розвитку ринку овочевої продукції можуть бути такі: наявний попит на свіжий продукт у великих містах; отримання додаткової вартості за рахунок власного бренду; велика ціна поза основним сезоном (квітень–травень, вересень–жовтень); відносна легкість збуту невеликої кількості продукції тощо.

Тенденції зміни клімату у сусідніх країнах останнього року мотивують українців до нових можливостей розвитку ринку овочів. Головним завданням технологів та економістів є правильність їх використання, Слід переглянути деякі види овочевої продукції, які вважалися стратегічними, та сконцентрувати увагу на виробництві інших види овочевих культур, яких потребує зарубіжний ринок. Для стратегічного розвитку овочевого спрямування вирощування цих культур необхідно уважно аналізувати терміни їх дозрівання, урожайність, попит та пропозицію ринку в нашій країні та країнах сусідів-конкурентів і країнах потенціальних імпортерів нашої продукції.

Український сектор овочів змінює вектор на зовнішній ринок. Але експорт потребує значних капіталовкладень у виробництво, інфраструктуру, сертифікацію, маркетинг. Середнє та мале підприємство овочевого сектору прагне до втілення нових проектів, спрямованих на підвищення якості продукції, створення потужностей з післяврожайної доробки продукції. Українські виробники дедалі частіше прагнуть отримувати сертифікати міжнародних зразків, аби відповідати високим стандартам на ринку ЄС та інших країн. 31 січня 2018 року українські переробні підприємства запровадили стандарти НАССР. Це система аналізу ризиків та контролю критичних точок, яка дозволяє виявити небезпеки у процесі виробництва та отримувати на виході якісну і безпечну продукцію. Так само підприємства проходять сертифікацію Global G.A.P. [51].

Перспективними для експорту на ринки ЄС та Великобританії є такі культури: цибуля, огірки, тепличні овочі, баштанні, перероблені овочі (заморожені, сік, томатна паста). Перероблені овочі (заморожені, томатна паста) краще реалізуються в країнах Перської затоки, та на ринках Азії, Китаю, Індії, Японії і на ринках США, Єгипту. Перспективи та тренди овочевого ринку: збільшення тепличного виробництва; збільшення обсягу свіжих овочів у мережах супермаркетів; зміна споживацьких трендів; створення брендової продукції; маркетинг та просування продукції на зовнішні ринки; капіталовкладення у виробництво, інфраструктуру, сертифікацію, маркетинг; державне та приватне фінансування галузі; застосування IT-технологій для сектору плодоовочівництва [78].

Перспективними напрямками розбудови ринків овочевої продукції в Україні є:

1. Створення: на регіональному рівні сучасних місць продажу та розподілу свіжої овочевої продукції за світовими стандартами та з врахуванням специфіки українського сільського господарства – гуртових ринків «Регіональних Аграрно-Маркетингових центрів»; дієвої системи контролю якості та безпеки товару, впровадження механізмів стимулювання виробників, які дотримуються норм та правил вирощування продукції; центрів накопичення та передачі знань, досвіду, інновацій, нових тенденцій у сільському господарстві, оцінки аграрного ринку, прогнозування та статистики, ознайомлення із закордонним досвідом.

2. Організація та проведення навчальних та дорадчих програм, курсів, семінарів, конференцій та обговорень на постійній основі для всіх представників АПК; державних та громадських організацій (дорадча служба, фонд підтримки фермерства, тощо) з метою підтримки національного виробника.

3. Об'єднання ринків на державному рівні у мережу та налагодження каналів переміщення овочевої продукції в межах країни для швидкого та якісного реагування на потреби споживача в різних регіонах.

4. Впровадження нових схем експорту вітчизняної продукції, спрощення юридичних процедур та створення доступних для виробника каналів збуту продукції на закордонні ринки та підняття рівня обслуговування споживача до світових стандартів: якість, безпека, асортимент, товарність продукції, об'єктивна ринкова ціна та сучасні умови її продажу.

5. Налагодження простих та доступних каналів імпорту овочевої продукції. Спрощення та пришвидшення процесів розмитнення та ввезення товару, перевірка якості та сертифікація прямо на місці продажу, оформлення необхідних документів та надання комплексної послуги по обслуговуванню клієнта: юридичний супровід, фінансова підтримка, видача необхідних документів на продукцію, перевірка якості та надання відповідних висновків, надання інформації про тенденції на ринку, тощо.

6. Запровадження постійно діючих виставок технологій, обладнання, насіння, добрив, ліній переробки та передпродажної підготовки продукції та нових механізмів збуту овочевої продукції: біржові та аукціонні торги, дистанційне визначення ціни, віртуальний торговий майданчик в Інтернеті, тощо. Надання можливості виробнику отримати інформацію щодо навчання та купки необхідного обладнання або технології [137].

Україна може виробляти велику кількість різноманітної аграрної продукції в тому числі і овочевої. Населення планети зростає тому попит на неї буде постійним. Малі та середні підприємці аграрного сектору України переважно продають сировину, а для того щоб продавати готовий конкурентоспроможний продукт, бізнесу потрібна впевненість у майбутньому. Державі необхідно надати пріоритетність у підтримці бізнесу по вирощуванню та реалізації овочів, за таких умов виробники вкладатимуть кошти у довгострокові проекти, розширюватимуть її виробництво, більше інвестуватимуть у нові технології, активно розвиватимуть мережу оптових та регіональних ринків збуту овочевої продукції.

1.2. Баланси виробництва і споживання продукції овочівництва в Україні

*Аверчев О.В., професор, д. с.-г. н.,
проректор з наукової роботи та міжнародної діяльності;*

*Крикунова В.М., доцент, к. е. н.,
завідувач кафедри загальноекономічних дисциплін,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

Галузь овочівництва динамічно розвивається в більшості країн світу завдяки зростаючому попиту на продукцію на світовому і внутрішньому ринках. Протягом останніх 20 років виробництво продукції у світі зросло більше ніж удвічі. Відбулися значні зміни структурні у географії виробництва. Найбільшим гравцем на ринку став Китай, частка якого у світовому виробництві овочів складає 52% [59]. Організаційно-технологічною основою зростання виробництва овочевої продукції у розвинених країнах є застосування інтенсивного типу виробництва, використання обмеженої кількості високопродуктивних, достатньо стійких до хвороб і природнокліматичних умов сортів овочів, які дають продукцію високих смакових і товарних якостей [60].

Труднощі цілорічного рівномірного забезпечення ринку свіжою овочевою продукцією створили сприятливі умови для міжнародної торгівлі овочами та сприяли глобальній інтеграції в секторі свіжих овочів. Разом з тим, більша частина овочів виробляється для споживання на внутрішні ринки, а на міжнародному ринку продається лише 5% світового виробництва овочів. Розвинуті країни, і ті, що розвиваються, дедалі більше починають виробляти овочі для експортних ринків. При цьому, якщо Китай та Індія зможуть довести рівень експорту своєї продукції до 10% виробництва, це зможе викликати зростання до 20% частки експорту у глобальному виробництві.