чення діяльності в аграрній сфері, орієнтуватися на ринках сільськогосподарської продукції та здійснювати моніторинг за контрагентами та конкурентами. За результатами здійснення економічної діагностики з використанням маркетингового інформаційного забезпечення підприємства АПК приймають відповідні управлінські рішення та розробляють стратегію розвитку, спрямовану на підвищення ефективності та конкурентоспроможності.

Подальші наукові дослідження у даному напрямі мають бути спрямовані на удосконалення механізму оцінки результатів проведення економічної діагностики підприємств АПК.

Література:

1. Березін О.В. Продовольчий ринок України. Теоретико-методологічні засади формування і розвиток: монографія / О.В. Березін. – К. : ЦУЛ, 2008. – 182 с.
2. Гайдуцький П.І. Аграрна реформа в Україні: монографія / П.І. Гайдуцький, П.Т. Саблук. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 424 с.
3. Єранкін О.О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації: монографія / О.О. Єранкін. – К. : КНЕУ, 2009. – 419 с.
4. Лебединський О.І. Дослідження сучасного стану виробництва та економічних відносин підприємств АПК Полтавської області / О.І. Лебединський // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2010. – №4 (18). – С. 79-85.
5. Лебединський О.І. Маркетингове забезпечення процесу розвитку партнерських відносин підприємств АПК / О.І. Лебединський / Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. – 2011. – №113. – С. 103-110.

УДК 635: 631.1.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ОВОЧІВ

Лементовська В.А., к.е.н., Бортник Т.І., к.е.н., Скуртол С.Д., к.е.н.
Уманський національний університет садівництва

Досліджено стан, особливості проблеми формування ринку овочів. Визначено пріоритети підвищення конкурентоспроможності досліджуваної галузі.

The state, features of problem of forming of market of vegetables, is investigational. Priorities of increase of competitiveness of the investigated industry are certain.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку української економіки формування ринку овочевої продукції відноситься до першочергових завдань, потребує використання інструментів маркетингу, підвищення ефективності його функціонування. Необхідність маркетингу овочевої продукції полягає в якісному задоволенні потреб споживачів, який охоплює такі сфери овочівництва як виробництво-зберігання-переробка-реалізація. Особливими рисами ринку овочевої продукції є: необхідність овочів у раціональному харчуванні людини; велика кількість асортиментних груп овочевої продукції; овочі є джерелом вітамінів, мінеральних солей та органічних кислот; велика частка міських споживачів; сезонні коливання цін тощо. Таким чином, маркетингові дослідження ринку овочевої продукції, дають можливість проаналізувати ситуацію на ринку овочів, та розробити рекомендації, які б забезпе-

чили умови для підвищення конкурентоспроможності овочевої продукції як на вітчизняному, так і зарубіжних ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем підвищення ефективності виробництва на реалізації овочевої продукції присвячено наукові роботи вчених економістів, таких як: В.Г. Андрійчук, В.М. Андрусяк, О.О. Кіях, В.В. Писаренко, В.І. Криворучко, В.П. Рудь, В.М. Яценко та ін. Науковці розглядають різні проблемні питання, щодо формування овочепродуктового підкомплексу. Проте основна проблема – комплексне забезпечення ефективного розвитку даного підкомплексу в сучасних умовах господарювання, заслуговує особливої уваги і потребує детального вивчення.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження проблем, особливостей, факторів формування ринку овочів та визначення пріоритетів підвищення ефективності його функціонування. При проведені досліджень було використано такі наукові методи як: монографічний, статистичний, розрахунковий та метод системного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування ринку овочевої продукції залежить від кількості населення, його купівельної спроможності, питомої ваги міського населення, природно-кліматичних умов, розвитку овочівництва в регіоні, питомої ваги імпортної овочевої продукції, співвідношення попиту та пропозиції тощо. Атамась Г.П. розглядає 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].

Галузь овочівництва в Черкаській області, останнім часом набуває все більшого розвитку. Сприятливі ґрунтово-кліматичні умови та зростання попиту на овочеву продукцію – основні чинники розширення виробництва в досліджуваній галузі. Зміна обсягів виробництва іноді зумовлює зміну структури посівних площ. Динаміку посівних площ овочевих культур розглянемо на рис. 1.

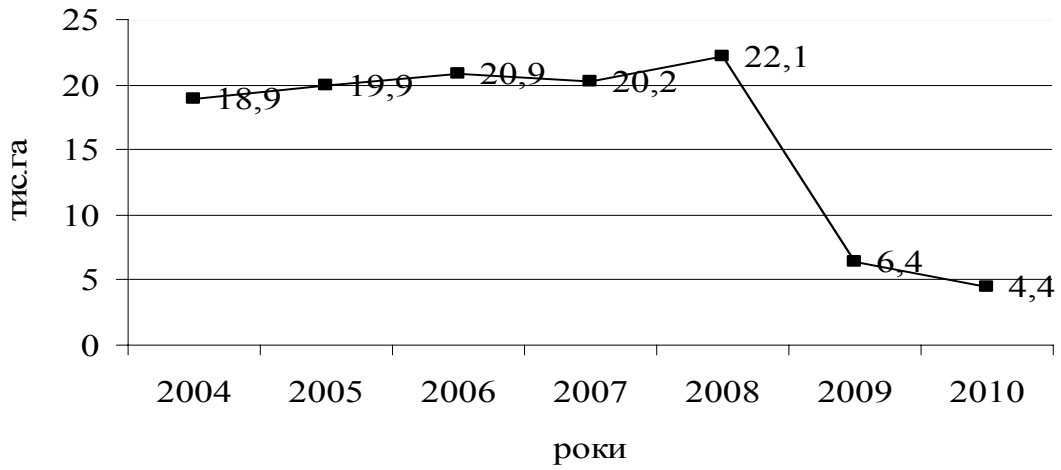

Рис. 1. Динаміка посівних площ овочевих культур сільськогосподарських підприємств Черкаської області у 2004-2010 рр.

Аналізуючи діаграму, можна зробити висновки, що площі, зайняті під овочевими культурами зростали з 18,9 тис. га в 2004 р. до 22,1 тис. га в 2008 р. Проте, несприятливі умови для виробництва овочів в Черкаській області спричинили зменшення посівних площ в 2009-2010 рр., так у 2010 р. посівні площі овочів порівняно з 2008 р. зменшились в 5 разів або на 17,7 тис. га. Незважаючи на ріст рівня споживання та попиту на даний вид продукції, прослідковується тенденція до зменшення посівних площ, зайнятих під овочами. Це обґрунтовується і пояснюється слабкою матеріально-технічною базою підприємств, несформованістю маркетингової інфраструктури, недосконалістю міжгалузевих взаємовідносин та цінової політики.

Для подальшого підвищення ефективності своєї діяльності аграрним товаровиробникам недостатньо розширення посівних площ. Саме тому необхідно значну увагу звертати на рівень урожайності та його підвищення з використанням прогресивних технологій та сучасних засобів виробництва. Динаміку урожайності овочів розглянемо на рисунку 2.

Динаміка урожайності овочевих культур (рис. 2) має тенденцію до збільшення з 135 ц/га в 2004 р. до 156,2 ц/га в 2010 р. Природні умови області типові для континентального клімату, а вирощування овочів за умов нестійкого зволоження без зрошення робить ризикованим отримання високих врожаїв овочів. Це вкотре підтверджує, що підвищення урожайності в регіоні – процес складний і потребує значних витрат: на зрошувальне обладнання й додаткову оплату праці робітників, зайнятих даним видом діяльності; на придбання більш стійких до посух та хвороб сортів; використання новітніх технологій та засобів обробітку ґрунту.

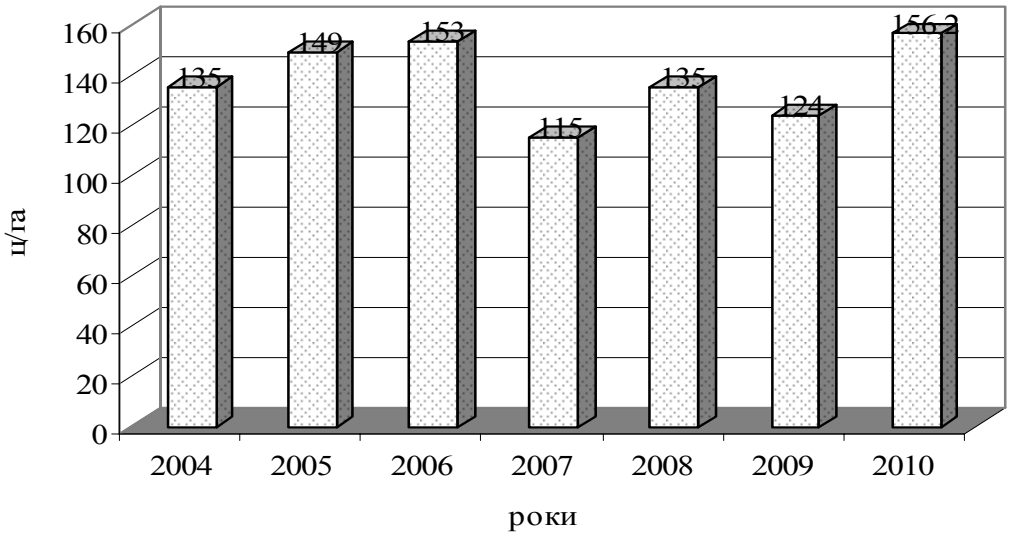

Рис. 2 Динаміка урожайності овочів в сільськогосподарських підприємствах Черкаської області

Розглянемо виробництво продукції овочівництва за категоріями господарств (табл. 1).

Таблиця 1

Виробництво овочів за категоріями господарств Черкаської області

Форми господарювання	Роки			Всього за 2008-2010 рр.	вага гос-по-
	2008	2009	2010		
Господарські товариства	435137	388766	526762	450221,7	57,4
Приватні підприємства (включаючи фермерські)	146342	167572	158153	157355,7	20,1
Фермерські господарства	1858	430	540	942,7	0,1
Виробничі кооперативи	735	1268	665	889,3	0,1
Інші підприємства (включаючи між-госпи)	279216	245416	267	174966,3	22,3
Всього сільськогосподарських підприємств	861430	803022	685847	783433,0	100

На основі отриманих даних робимо висновки, що найбільшу питому вагу в структурі виробництва (57,4%) за 2008-2010 рр. займають господарські товариства. Загальний обсяг виробництва овочів всіма категоріями господарств зменшився за останні три роки на 20,4% і склав в 2010 р. 685,8 тис. ц.

Найбільше овочевої продукції виробляють Черкаський, Чорнобаївський та Золотоніський райони, тобто ті, що забезпечують овочами м. Черкаси. В структурі виробництва овочів вище згадані виробники займають у 2010 році 49,5%, 8,9% та 9% відповідно. У 2009-2010 рр. по всіх районах спостерігається різке зниження рівня виробництва, у зв'язку з несприятливими погодними умовами та державною політикою. З 2006 по 2008 роки у Звенигородському та Золотоніському районах спостерігається стабільне підвищення обсягів виробництва. Позитивні тенденції зумовлені наявністю господарств, діяльність яких в сфері овочівництва є прибутковою. Дана ситуація забезпечується професійним підходом керівництва до організації процесу виробництва, вмілим використанням новітніх технологій та засобів обробітку ґрунту. Неабияке значення для зростання рівня ефективності виробництва в цих районах стало застосування інструментів маркетингу: виробниками проводяться маркетингові дослідження попиту, цін, кон'юнктури ринку, розробляються прогнози виробництва та маркетингові плани на наступний рік.

Овочівництво є специфічною галуззю рослинництва, яка включає в себе великий набір овочевих культур, вирощуваних за різними технологіями, з різними термінами зберігання овочевої продукції, з різною собівартістю й ефективністю її виробництва. В умовах конкуренції в овочівництві важливо знати і постійно підвищувати рентабельність продажу різних овочевих культур, яка дає уяву про ступінь їх цінової конкурентоспроможності, і на основі цього оцінювати галузеву структуру овочівництва й обґрунтовувати пропозиції щодо її удосконалення з метою підвищення економічної ефективності досліджуваної галузі.

Таблиця 2

Динаміка виробництва овочів в сільськогосподарських підприємствах Черкаської області

Райони	Роки					Питома вага району в обсязі виробництва (2010р), %	2010 р. у % до 2006 р.
	2006	2007	2008	2009	2010		
Черкаська область	3156,1	2249,8	2968,1	803	685,8	100,00	21,73
райони:							
Городищенський	96,3	51,9	96,1	0,1	0,1	0,01	0,10
Драбівський	119,7	117,9	143,3	0,5			
Жашківський	85,0	63,1	71,6	1,9	5,8	0,85	6,82
Звенигородський	140,7	149,1	168,8	1,2	0,7	0,10	0,50
Золотоніський	153,6	187,9	229,3	137,4	61,7	9,00	40,17
Кам'янський	84,1	36,4	75,8	-	-	-	-
Канівський	114,2	102,1	62,2	-	-	-	-
Катеринопільський	77,9	47,9	38,9	-	-	-	-
Корсунь-Шевченківський	138,4	70,8	113,2	0,2	-	-	-
Лисянський	67,6	47,3	69,1	0,1	0,1	0,01	0,15
Маньківський	115,4	63,6	116,1	-	-	-	-
Монастирищенський	58,4	50,1	63,8	-	-	-	-
Смілянський	115,9	96,5	143,7	-	-	-	-
Тальнівський	99,6	54,7	121,9	1,5	1,1	0,16	1,10
Уманський	329,8	212,0	260,1	1,6	1,4	0,20	0,42
Христинівський	58,3	34,0	62,1	-	-	-	-
Черкаський	571,7	390,1	486,7	187,2	339,2	49,46	59,33
Чигиринський	191,6	107,4	103,6	23,4	6,5	0,95	3,39
Чорнобаївський	340,0	239,7	417,1	223,6	61,1	8,91	17,97
Шполянський	197,9	127,3	125,1	-	1,2	0,17	0,61

Динаміка збуту овочів відкритого ґрунту в сільськогосподарських підприємствах Черкаської області за 2006-2010 рр. підтверджує позитивні тенденції (табл. 3). Реалізація овочів в 2010 р. проти 2006 р. зросла на 199,4%, рівень товарності збільшився і склав 55,7% в 2010 р., ціна реалізації за цей же період зросла в 1,9 рази, рівень збитковості скоротився на 4,2 пункти.

Висновки. Детальний ретроспективний аналіз стану формування ринку овочів, складе основу визначення пріоритетів підвищення результативності його функціонування на основі концепції маркетингу.

Таким чином, велика кількість асортиментних груп овочевої продукції, трудомісткість процесу вирощування, відсутність сучасних овочесховищ, труднощі зі збутом вирощеної продукції з причин обмеженої інформації про ринкову кон'юнктуру та не сформованістю маркетингової інфраструктури складають основний перелік проблем для аграрних товаровиробників. Тому пріоритетними напрямками підвищення конкурентоспроможності галузі вважаємо:

Таблиця 3

Ефективність збуту овочів відкритого ґрунту сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області

Показники	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2010 р. до 2006 р., %
Реалізація, ц	93220	137128	236448	261108	279545	299,9
Рівень товарності, %	32,5	61,9	34,3	43,2	55,7	171,4
Повна собівартість 1 ц, грн.	72,07	86,87	92,90	83,35	129,81	180,1
Ціна реалізації 1 ц, грн.	63,68	55,97	90,93	96,17	120,20	188,8
Прибуток на 1 ц, грн.	-8,39	-30,9	-1,97	12,82	-9,61	114,5
Рівень рентабельності, %	-11,6	-35,6	-2,1	15,4	-7,4	+4,2п

- формування маркетингової інфраструктури збуту овочів;
- забезпечення державної підтримки формування оптових овочевих ринків;
- створення кооперативних овочесховищ;
- забезпечення збуту овочевої продукції дрібнотоварним формуванням через обслуговуючі кооперативи, заготівельні пункти;
- здійснення моніторингу цін, кон'юнктури ринку;
- розробка державних програм підтримки галузі.

Література:

1. Атамась Г.П. Формування і функціонування регіонального ринку овочевої продукції [текст] : Автореф. дис … канд. екон. наук: 08.07.02; Миколаївський держ. аргар. ун-т. – Миколаїв, 2005. – 21 с.
2. Криворучко В.І. Розвиток овочівництва в Україні [текст] / В.І. Криворучко // Економіка АПК. – 1999. – №1. – С. 117- 123.
3. Островський П.І. Аграрний маркетинг: Навчальний посібник [текст] / П. Островський. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 224 с.
4. Юрченко А.Ю. Ціноутворення на ринку овочевої продукції та особливості його державного регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/biznes/2009_2/2009/ 02/090213.pdf.
5. Дмитрійчук Г.П. Маркетинг овочевої продукції [текст] / Г.П. Дмитрійчук // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2004. – Вип. 2. – Т.2. – С. 93-100.

УДК 65.011.47:338.433:634/635(477.53)

АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ ПЛОДООВОЧЕВОГО РИНКУ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Ломонос Л.М., аспірант

Полтавська державна аграрна академія

Проаналізовано стан виробництва плодоовочевої продукції у Полтавській області в розрізі районів. Показано основні тенденції та динаміку. Обґрунтовані основні напрямки підвищення ефективності виробництва плодоовочевої продукції. Запропоновані заходи щодо поліпшення виробництва та забезпечення потреб споживачів в плодоовочевій продукції.

Consisting of production of fruit and vegetable goods is analysed of the Poltava area in the cut of districts. Basic tendencies and dynamics are rotined. Basic directions of increase of efficiency of production of fruit and vegetable goods are grounded. Measures are off ered on the improvement of production and providing of necessities of users in fruit and vegetable products.