МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

На правах рукопису

ЯСНОЛОБ ІЛОНА ОЛЕКСАНДРІВНА

УДК 338.439.5:631.11

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК РИНКУ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ

08.00.03 – економіка та управління національним господарством

Дисертація
на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор
Писаренко Володимир Вікторович

Полтава – 2016

ЗМІСТ

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РИНКУ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ 11

1.1. Сутнісна характеристика, структура і специфіка ринку плодоовочевої продукції 11

1.2. Основні умови ефективного формування ринку та регулювання і підтримки на ньому плодоовочевої продукції 28

1.3. Методологічні та методичні аспекти оцінки функціонування ринку плодоовочевої продукції 56

Висновки до розділу 1 73

РОЗДІЛ 2. СТАН СПОЖИВЧОГО РИНКУ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ТОВАРОВИРОБНИЦТВА ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ 75

2.1. Аналіз попиту і пропозиції та споживання плодоовочевої продукції 75

2.2. Динаміка і структура виробництва плодоовочевої продукції 98

2.3. Обсяги реалізації і ефективність роботи товаровиробників на ринку плодоовочевої продукції 125

Висновки до розділу 2 146

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ В ЛОКАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРІ 149

3.1. Удосконалення інфраструктури ринку плодоовочевої продукції 149

3.2. Оптимізація товарної структури продукції овочівництва за її попитом у ґрунтово-кліматичних районах Полтавської області 172

3.3. Формування логістичних розподільчих центрів та мінімізація вантажоперевезень плодоовочевої продукції 193

Висновки до розділу 3 217

ВИСНОВКИ 219

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 222

ДОДАТКИ 253

ВСТУП

Актуальність теми. Однією з основних галузей агропромислового комплексу є плодоовочівництво. За останні півстоліття спостерігається динамічний його розвиток у всіх країнах світу, що обумовлено щорічним зростанням попиту на овочі та фрукти. Аргументом на підтвердження цього факту є офіційна статистика Продовольчої та сільськогосподарської організації (ФАО), за оцінками якої відбуватиметься постійне зростання виробництва плодоовочевої продукції.

Необхідно зазначити, Україна має значні конкурентні переваги для розвитку ринку плодоовочевої продукції, проте цей потенціал не реалізується у повній мірі. Трансформаційні процеси, перехід на ринкові умови господарювання, зміна організаційно-правових форм ведення бізнесу суттєво вплинули на його формування та функціонування. Стримуючими факторами розвитку ринку плодоовочевої продукції залишається нерозвиненість інфраструктури, недостатнє фінансування та недосконале інституційне середовище.

Сучасний ринок плодоовочевої продукції характеризується: суттєвими відмінностями в рівнях виробництва і споживання продукції у регіонах, істотним скороченням площ посіву та валових зборів культур плодоовочевої групи у сільськогосподарських підприємствах, вузьким асортиментом товарів, що пропонуються вітчизняними товаровиробниками, перенасиченістю внутрішнього ринку імпортованою продукцією, застарілістю обладнання, відсутністю сховищ, занепадом переробних підприємств, значною залежністю від кон'юнктури зовнішніх ринків продовольства та нерозвиненим інфраструктурним середовищем. Відсутність системного підходу до формування та забезпечення ефективного функціонування ринку плодоовочевої продукції зумовлює необхідність пошуку нових форм взаємодії основних його учасників.

Наукову базу дослідження становлять роботи відомих вітчизняних і зарубіжних учених. Дослідження проблем формування та розвитку аграрних ринків відображені у наукових працях: В.Г. Андрійчука, В.Я. Амбросова,

П.І. Гайдуцького, І.Г. Кириленка, Ю.С. Коваленка, П.М. Макаренка, М.Й. Маліка, Л.О. Мармуль, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака. Окремі проблеми функціонування ринків сільськогосподарської продукції досліджені В.В. Апопієм, Б.В. Губським, Б.П. Дмитруком, О.В. Погрібним та іншими вченими. Зокрема, питанням дослідження ринку плодоовочевої продукції присвячені праці В.І. Артиша, Г.П. Атамась, О.В. Березіна, І.С. Воронецької, Ф.Д. Кожуріна, Т.В. Кучеренко, К.В. Мазур, В.О. Муковоза, В.В. Писаренка, В.П. Рудь. Незважаючи на наявність значної кількості наукових праць та досліджень щодо різних аспектів формування плодоовочевого ринку, відсутні комплексні та системні розробки, де ринок плодоовочевої продукції розглядався б як цілісне утворення. Невирішеним залишається питання забезпечення населення свіжою та переробленою плодоовочевою продукцією в умовах несприятливого зовнішнього та внутрішнього середовища. Актуальність зазначених проблем та нагальна необхідність їх вирішення стали ключовими при виборі теми дисертації, визначили її основну мету, завдання та структурно-логічну побудову.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до напрямів науково-дослідних робіт Полтавської державної аграрної академії за темами «Організаційно-економічний механізм формування конкурентоспроможності агропромислового комплексу» (номер державної реєстрації 0104U002550) та «Формування конкурентної стратегії підприємств АПК та регулювання цінової політики на ринку сільськогосподарської продукції» (номер державної реєстрації 0111U002782). У межах цих тематик автором здійсненні дослідження, на основі яких були обґрунтовані заходи щодо підвищення ефективності функціонування ринку плодоовочевої продукції області.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційного дослідження є наукове обґрунтування, розробка і надання практичних рекомендацій щодо формування та розвитку ринку плодоовочевої продукції.

Для досягнення поставленої мети вирішувалися наступні наукові завдання:

- з’ясування сутнісної характеристики, специфіки та структури ринку плодоовочевої продукції;

- узагальнення теоретичних засад формування та оцінки функціонування ринку плодоовочевої продукції;

- аналіз сучасного стану ринку та особливостей формування споживчого попиту на плодоовочеву продукцію;

- розробка напрямів удосконалення інфраструктурного середовища ринку плодоовочевої продукції;

- здійснення оптимізації товарної структури продукції овочівництва за її попитом у ґрунтово-кліматичних районах Полтавської області;

- формування мережі логістичних розподільчих центрів за умов мінімізації вантажоперевезень плодоовочевої продукції.

Об’єктом дослідження є процеси формування та розвитку ринку плодоовочевої продукції.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні положення формування та розвитку ринку плодоовочевої продукції.

Методи дослідження. Теоретичну і методологічну основу дослідження становлять діалектичний метод пізнання, системний підхід до використання загальних положень економічної теорії, наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених з питань формування аграрних ринків та їх інфраструктури.

У процесі дослідження ринку плодоовочевої продукції були використані загальноприйняті методи і прийоми: *сукупність наукових прийомів абстрактно-логічного методу* (індукція, дедукція, аналіз, синтез, аналогії, співставлення) – у процесі вивчення теоретичних засад формування та розвитку ринку; *монографічний метод* – використано при опрацюванні літературних джерел, законодавчих та інших нормативно-правових актів, з метою висвітлення поглядів вчених на досліджувану проблему; *метод ретроспективного аналізу* – при вивченні основних передумов становлення та розвитку плодоовочівництва у досліджуваному регіоні; *факторний та графічний методи* – у визначенні та дослідженні впливу кон’юнктури на

розвиток ринку; *метод опитування* – у процесі дослідження особливостей формування ринкового попиту та смакових переваг споживачів; *метод групування* – при розробці пропозицій щодо формування ґрунтово-кліматичних територій; *методи оптимізації та прогнозування* – при вирішенні задачі розподілу товарної структури овочів; *методи економіко-математичного моделювання* – при визначенні координат розміщення логістичних розподільчих центрів.

Інформаційну базу дослідження склали наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем досліджуваного питання, законодавчі та нормативно-правові акти України, матеріали Державної служби статистики України та Полтавської області, офіційні вибіркові статистичні дані (Полтавського, Кременчуцького Карлівського та інших районів), результати опитування споживачів, джерела інформаційно-аналітичних матеріалів профільних організацій та періодичні галузеві видання.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у комплексному дослідженні та визначенні шляхів формування і забезпечення ефективного функціонування ринку плодоовочевої продукції та розробці науково-обґрунтованих практичних рекомендацій щодо формування мережі логістичних розподільчих центрів з метою розвитку його інфраструктури.

Наукова новизна результатів дослідження конкретизується у таких положеннях:

вперше:

- запропоновано формування ґрунтово-кліматичних територій Полтавської області за видами вирощування продукції овочівництва (капусти, огірків, помідорів, цибулі ріпчастої, буряків столових, моркви столової), методом групування за географічною близькістю розміщення, структури, спеціалізації й інтенсифікації виробництва та здійснено оптимізацію розподілу товарної структури овочів, відповідно до її попиту, за критерієм мінімуму витрат на їх споживання і транспортування до споживача, в межах локальних ринків виділених районів;

удосконалено:

- функціональну структуру ринку плодоовочевої продукції, яка на відміну від існуючої включає: сферу виробництва та заготівлі плодоовочевої сировини (виробнича інфраструктура); сферу зберігання та переробки (логістична інфраструктура); сферу товарно-грошового обігу та збуту, яка охоплює мережу підприємств оптово-роздрібної торгівлі та громадського харчування та сферу споживання кінцевого продукту;

- оцінку функціонування ринку плодоовочевої продукції, яка на відміну від існуючих, включає етапи: визначення структурних характеристик ринку; аналіз показників попиту та вивчення його еластичності; оцінку основних параметрів та визначення обсягу пропозиції; встановлення умов оптимального співвідношення попиту та пропозиції на ринку плодоовочевої продукції та факторів, що на них впливають; аналіз і оцінку кон'юнктури; показника місткості ринку та його сегментування; аналіз конкурентного середовища; цінових параметрів розвитку ринку; розрахунок рівня забезпеченості власним виробництвом плодоовочевої продукції на внутрішньому ринку;

- формування логістичних розподільчих центрів та мінімізовано вантажоперевезення плодоовочевої продукції, що на відміну від існуючого порядку, включає: вибір оптимального місця розміщення, мінімум витрат на логістичне обслуговування, розвинене транспортне сполучення між містами Полтавської області та великими містами сусідніх областей, наявність незабезпеченого попиту на локальних ринках;

дістали подальший розвиток:

- оцінка суб'єктивної визначеності респондентів аграрно-промислової території щодо смакових переваг на овочеву продукцію в умовах низької купівельної спроможності населення та формування ринкового попиту для споживачів плодоовочевої продукції із сукупними доходами нижче прожиткового мінімуму;

- напрями використання інфраструктурного середовища ринку щодо пропозиції плодоовочевої продукції поза сезонами вирощування та формування цінової політики на овочі і фрукти за якістю та способами їх упаковки.

Практичне значення отриманих результатів полягає у тому, що вони створюють основу для вирішення проблеми формування, розвитку та забезпечення ефективного функціонування локального та національного плодоовочевого ринку. Найбільшу практичну цінність мають наступні розробки: методика комплексного підходу до оцінки ринку плодоовочевої продукції, аналізу його стану та тенденцій розвитку; пропозиції щодо формування ґрунтово-кліматичних територій Полтавської області; розширення мережі об'єктів інфраструктурного середовища. Висновки та пропозиції дисертаційної роботи доведені до рівня конкретних рекомендацій та можуть бути використані в роботі державних органів влади, підприємств різних форм власності, підприємницькими структурами, науково-дослідними установами з метою підвищення ефективності їх діяльності та у навчальному процесі.

Одержані в процесі дисертаційного дослідження результати та пропозиції щодо формування регіонального ринку плодоовочевої продукції у м. Полтаві рекомендовані до впровадження спеціалістами Управління агропромислового розвитку Полтавської районної державної адміністрації (довідка № 441/01-08 від 23.10.2013 р.), розроблена модель оптимізації обсягів виробництва овочевих та плодово-ягідних культур прийнята до впровадження в Управління агропромислового розвитку Карлівської районної державної адміністрації (довідка № 184/01-03 від 10.09.2015 р.).

Пропозиції автора щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції впроваджено у ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Полтава-біопродукт Полтавський консервний завод» (довідка № 106 від 22.10.2013 р.). ТОВ «Полтава-сад» Полтавського району прийняло до впровадження заходи щодо підвищення ефективності виробництва плодоовочевої продукції (довідка № 36 від 15.08.2015 р.). Це засвідчило можливість використання результатів дисертаційного дослідження на підприємствах плодоовочевого підкомплексу

різних організаційно-правових форм.

Методичні розробки і теоретичні положення дисертаційної роботи використовуються у навчальному процесі Полтавської державної аграрної академії при викладанні дисциплін «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», для підготовки бакалаврів, спеціалістів і магістрів зі спеціальностей «Економіка підприємства» та «Менеджмент» (довідка № 01-06/135 від 21.12.2015 р.). Розроблені заходи щодо підвищення ефективності функціонування ринку плодоовочевої продукції були використані при виконанні науково-дослідних тематик кафедри маркетингу Полтавської державної аграрної академії (довідка № 01-06/138 від 31.12.2015 р.).

Особистий внесок здобувача. Наукові результати, що викладені в дисертаційній роботі і виносяться на захист, отримані автором особисто і знайшли відображення у наукових працях. Серед тих, що виконані у співавторстві, в дисертації використані лише ті положення, що є результатом особистих досліджень здобувача та при погодженні зі співавторами.

Апробація результатів дисертації. Зміст основних результатів дисертаційної роботи оприлюднені на міжнародних і всеукраїнських наукових, науково-методичних та науково-практичних конференціях, зокрема: конференції професорсько-викладацького складу за результатами науково-дослідної діяльності у 2010 році (м. Полтава, 18-19 квітня 2011 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингове забезпечення продовольчого ринку України» (м. Полтава, 17-18 травня 2011 р.); конференції професорсько-викладацького складу за результатами науково-дослідної діяльності у 2011 році (м. Полтава, 20-21 квітня 2012 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингове забезпечення ринку продовольства» (м. Полтава, 15-16 травня 2012 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні питання розвитку економіки в умовах сучасної нестабільності» (м. Київ, 22-23 лютого 2013 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції молодих учених та студентів «Стратегія економічного розвитку країн в умовах глобалізації» (м. Дніпропетровськ, 15-16

березня 2013 р.); V Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингове забезпечення ринку продовольства» (м. Полтава, 23-24 квітня 2013 р.); І Міжнародній науково-теоретичній конференції молодих вчених і студентів «Менеджмент та маркетинг: сучасні глобальні виклики» (м. Донецьк, 16-17 травня 2013 р.); конференція професорсько-викладацького складу за результатами науково-дослідної діяльності у 2013 році (м. Полтава, 20-21 квітня 2014 р.); Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Аграрная наука, образование, производство: актуальные вопросы» (г. Новосибирск, 18-19 мая 2015 г.); Международной научно-практической конференции «Перспективные направления устойчивого развития сельских территорий в условиях ВТО и импортозамещения» (г. Новосибирск, 11 сентября 2014 г.); XIII Международной научно-практической конференции «Формирование конкурентоспособной экономики АПК региона: теоретический и практический аспекты» (г. Барнаул, 23-24 сентября 2014 г.); 8-й Всероссийской научно-практической конференции «Управление качеством образования, продукции и окружающей среды» (г. Бийск, 14-15 ноября 2014 г.); VII Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингове забезпечення продуктового ринку» (м. Полтава, 19-20 травня 2015 р.).

Публікації. Основні положення дисертаційного дослідження відображено у 28 наукових працях, зокрема: в 1 колективній монографії; 10 статях, надрукованих у наукових фахових виданнях, з них 9 – одноосібних; 3 статях у іноземних виданнях; 14 матеріалах конференцій, з них 4 – іноземні. Загальний обсяг опублікованих наукових праць становить 8,2 ум. друк. арк., з яких особисто автору належить 7,8 ум. друк. арк.

Обсяг та структура дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літературних джерел і додатків. Загальний обсяг дисертації становить 297 сторінок, з яких основний зміст роботи викладено на 221 сторінці комп'ютерного тексту. Дисертація містить 65 таблиць, 33 рисунки, 34 додатки, розміщених на 44 сторінках. Список використаних джерел налічує 325 найменувань і розміщений на 31 сторінці.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РИНКУ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1. Сутнісна характеристика, структура і специфіка ринку плодоовочевої продукції

У процесі дослідження теоретичних і методологічних основ пов'язаних із розвитком та ефективним функціонуванням ринку плодоовочевої продукції, необхідно, в першу чергу, визначитися із особливостями формування повноцінного агропродовольчого ринку та адаптації його до вимог світового економічного товариства. Разом з тим, потребують узагальнення і уточнення погляди вчених-економістів на сутність та значення базових економічних категорій, центральною серед яких є ринок.

При визначенні сутності ринку скористаємося теоретичними напрацюваннями класиків економічної думки А. Сміта [3], Д. Рікардо, В.Петті, Дж. Кейнса, П. Самуельсона [11, 190], К. Макконелла [12], Ф. Хайєка [13], Ф. Котлера [4], віддаючи перевагу теоріям і досвіду передових країн, не забуваємо і про власні здобутки. Адже, досить значним є внесок у теорію розвитку ринку українських вчених: В. Амбросова [40, 42, 176], В. Андрійчука [39, 191, 261], Г. Андрусенка [5], Л. Каніщенка [35], Д. Карича, Г. Климка [35], Ю. Коваленка [33, 105, 108, 132], Л. Левківської [34], С. Мочерного [14, 25, 26], І. Рабиновича [36], В. Рабштини [16, 27], П. Саблука [1, 2], О. Шпичака [31, 109, 288].

Фундаментальна економічна категорія «ринок» є багатоваріантною та багатоаспектною, що у своїй основі відображає розвиток суспільних відносин, які формуються й зазнають змін відповідно до розвитку продуктивних сил [1, 2].

Ринок виник шляхом еволюції, у результаті поділу праці, появи приватної власності на елементи продуктивних сил, а головне – виникнення інститутів

бізнесу. Як зазначав Адам Сміт, ринкова економіка це природний процес, для забезпечення логічної конструкції якого, на ринку повинні бути створені необхідні умови (конкуренція, антимонопольне регулювання тощо), у межах яких кожен з учасників прагне одержати власну вигоду [3].

Поняття «ринок» є одним з найбільш вживаних у нашому суспільстві. Це пояснюється тим, що формування ринкового середовища в Україні, прямо чи опосередковано стосується кожної людини. А ринкові умови характеризуються вільним рухом товарів, конкуренцією, дієвим механізмом ціноутворення на основі попиту і пропозиції, відносною пріоритетністю інтересів споживачів, спрямованістю господарюючих суб'єктів на отримання прибутків.

За Ф. Котлером «ринок – це сукупність існуючих і потенційних покупців товарів... У розвинутому суспільстві ринок – це не обов'язково фізичне місце, де зустрічаються і здійснюють угоди покупці та продавці» [4, с. 16]. В цілому, погоджується із таким твердженням вітчизняний економіст професор Г.О. Андрусенко [5, с. 7], і зазначає, що у даному випадку ринок характеризується як механізм, який дає можливість покупцям і продавцям знаходити один одного і здійснювати угоди, як установка, за якою покупці і продавці обмінюють товари і послуги за гроші.

Норвезькі економісти Хоралд Войє та Уве Якобсен визначають ринок, як місце де суб'єкти проводять обмін товарів і послуг з метою задоволення індивідуальних чи колективних бажань і потреб [6, с. 287]. Вони вважають, що функціонування ринку базується на закономірності, яку називають «закон обміну». Його дія поширюється на все, незалежно від того, що обмінюється і де відбувається обмін. Такі взаємовідносини вивчав К. Маркс, який зазначив, що «...співвідношення попиту і пропозиції абсолютно нічого не може пояснити, поки не розкрито базис, на якому знаходиться це співвідношення» [7; 8, с. 289]. Цим базисом є процес виробництва та обумовленого ним обміну.

Представники Оксфордського університету визначають ринок, як сукупність економічних взаємовідносин, завдяки яким відбувається оборот сукупного суспільного продукту в товарно-грошовій формі, у процесі якого

проявляються притаманні даному способу виробництва економічні відносини з приводу виробництва та споживання матеріальних благ [9; 10].

У зв’язку з цим, визначення суті ринку П. Самуельсона зводиться саме до відносин між покупцями та продавцями щодо обсягів товарів та їх ціни. Так, на його думку, «ринок – це механізм, через який покупці і продавці взаємодіють, щоб визначити ціну і кількість товару» [11, с. 74]. Тотожним за своєю суттю є визначення ринку К. Макконелла, так «...ринок – це просто механізм або пристосування, що здійснює контакт між покупцями або пред’явниками попиту, і продавцями, або постачальниками товару чи послуг» [12, с. 53].

Цікавим, на наш погляд, є твердження Ф. Хайєка, [13, с. 51-62] який визначає ринок як складний передавальний механізм, що дозволяє більш повно і ефективно використовувати інформацію, розпорошену серед численних індивідуальних суб'єктів. Результатом ефективної координації інформації є оптимальний розподіл ресурсів економіки.

Мочерний С.В. визначає «ринок – як сукупність економічних відносин між фізичними і юридичними особами, а також між державами і національними органами, міжнародними фінансово-кредитними інститутами з організації та купівлі-продажу товарів і послуг відповідно до законів товарного виробництва» [14, с. 235]. Вважаємо, що вищевикладене трактування досить вичерпно характеризує його з економічної точки зору, адже охоплює як відносини з приводу купівлі-продажу товарів і послуг, так і відносини власності, матеріального виробництва, механізму розподілу та споживання.

У фінансовому словнику пропонується наступне трактування поняття: ринок – система економічних відносин, що складається у процесі виробництва, обігу й розподілу товарів, а також руху грошових коштів, для яких характерна свобода суб’єктів у виборі покупців та продавців, визначенні цін, формуванні й використанні матеріальних і фінансових ресурсів [15].

За визначенням професора В.М. Рабштини ринок є способом організації суспільного виробництва, сферою товарного обігу, способом поведінки

суб'єктів господарювання, механізмом регулювання попиту і пропозиції [16, с. 10].

П.Т. Саблук, розкриваючи основи організації ринку, визначає його як цілеспрямовано упорядковану систему ресурсів, установ та методів, завданням якої є створення і підтримування ринкового середовища в стані максимального наближення до чистої конкуренції і здатності генерувати ринкові ціни як ціни попиту та пропозиції [2, с. 13].

Наведені визначення свідчать про те, що сучасний ринок являє собою досить складне економічне явище (Додаток А). Ринок є формою зв'язку між товаровиробниками [17]. У широкому розумінні, ринок – це місце зустрічі продавців і покупців. Саме у межах ринку відбувається формування попиту і пропозиції в часі й просторі на той чи інший товар. Ключовою фігурою на ринку є покупець, який визначає попит на товари; продавець, у свою чергу, намагається, максимально задовольнити його потреби. Таким чином, ринок, як категорія, відображає зв'язок виробництва та споживання, здійснює суспільну оцінку процесів виробництва і збуту, виступає необхідною умовою існування та розвитку суспільства. Цілком справедливо у наведених визначеннях ринку, як вітчизняних, так і зарубіжних науковців центральне місце відведено процесу обміну. При цьому ринковим відносинам притаманна економічна незалежність товаровиробників, їх самостійність, можливість на власний розсуд реагувати на вимоги ринку [18, с. 166].

Підсумовуючи сказане, найбільш повним вважаємо наступне визначення ринку: ринок є сукупністю товарно-грошових відносин між виробниками та кінцевими споживачами з приводу купівлі-продажу продукції, що забезпечує вільний вибір партнерів, захист їх конкурентних позицій та формування цілісної системи економічних відносин; вихідним положенням яких є отримання прибутку виробником та задоволення потреб покупців.

Як складне формування ринок має багатоаспектну структуру, що представляє собою внутрішню сукупність його окремих взаємопов'язаних елементів. У сучасній економічній літературі найбільш поширеним критерієм

структурування ринку є його загальний поділ за економічним призначенням ринкових об'єктів [19, с. 222-223; 20, с. 131; 21, с. 164-165; 22, с. 80-86; 23, с. 244-245; 24, с. 71-75; 25, с. 124-125; 26, с. 140-141; 27, с. 53-57; 28, с. 71-73]. Відповідно до нього, виділяють наступні групи ринків: ринок споживчих товарів і послуг; ринок факторів виробництва (землі, засобів виробництва, робочої сили); фінансовий ринок (ринок капіталу, ринок цінних паперів, валютний ринок). Кожна група, у той же час, поділяється на види за сферами, галузями економіки тощо. Поєднання усіх ринків утворює їх цілісну систему.

Поряд з цим, економісти Макконел Р. Кемпбелл та Л. Брю, пропонують класифікацію ринків за ознаками, що враховують сферу суспільного виробництва та специфіку товару: ринок товарів та послуг [29, с. 785].

За об'єктами продажу вчені економісти-аграрники виділяють: ринок споживчих товарів, послуг, житла, приміщень та споруд виробничого призначення; ринок засобів виробництва та виробничих видів діяльності; ринок грошових коштів, валюти, цінних паперів; ринок праці, робочої сили, робочих місць; ринок інформації, інтелектуального продукту, інновацій, «ноу-хау», сучасних технологій [30, 31]. Подрібнення суспільного виробництва і виділення відповідних ринків окремих секторів економік, товарних груп галузей і навіть товарів є логічним як з наукової, так і практичної точок зору.

Сучасний напрям розвитку науки про ринок, виділяє в окремий галузевий ринок – аграрний ринок, який досить часто прирівнюється до сільськогосподарського, продовольчого або агропродовольчого, предметом купівлі-продажу на якому є продукція сільськогосподарського виробництва та агропродовольчі товари.

З економічної точки зору, «… аграрний ринок як сфера взаємодії продавців і покупців, пов'язаних системою обмінних товарно-грошових відносин, охоплює безпосередніх виробників і споживачів сільськогосподарських товарів та представників ринкової інфраструктури – посередників» [32, с. 138].

За визначенням П. Саблука, аграрний ринок – це сфера взаємодії суб'єктів ринку щодо забезпечення виробництва і вільного руху сільськогосподарської продукції, продовольчих товарів, технологій, засобів виробництва та послуг для агропромислового комплексу, аграрної науково-технічної продукції [2]. Погоджуючись з наведеним твердженням, слід зауважити, що даний підхід досить повно, хоча і дещо укрупнено дозволяє, охарактеризувати як специфіку аграрного, так і будь-якого іншого, ринку.

На підтвердження даного положення звернемося до тих дефініцій, які зустрічаються в економічній літературі. У зв'язку з цим, на особливу увагу заслуговує позиція Ю.С. Коваленко, який зазначає: «аграрний ринок – це система установ, методів і ресурсів, головним завданням якої є координація та управління агропромисловим виробництвом країни на основі обмінних процесів з метою задоволення споживчих потреб її громадян» [33, с. 21]. Пояснюючи зміст запропонованого твердження, Ю.С. Коваленко вказує: «...наведене визначення ринку значно повніше визначає його цільове призначення, як системи управління агропромисловим виробництвом, кінцевою метою функціонування якої є задоволення споживчих потреб її громадян, а засобом – обмінні процеси» [33, с. 44].

Заслуговує на увагу думка Л. Левківської, яка визначає аграрний ринок, як сукупність відокремлених товарних ринків, що функціонують для забезпечення виробництва та вільного руху сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки [34, с. 416]. Такий ринок, поділяють на: продовольчі ринки; ринок матеріально-технічних ресурсів для сільського господарства; ринок сфери послуг; ринки маркетингової сфери. Проте, слід нагадати, що функціонально структура ринку сільськогосподарської продукції складається з таких сфер: виробництво сільськогосподарської сировини та заготівля природних продовольчих ресурсів; виробнича інфраструктура, яка включає мережу переробних підприємств; ринкова інфраструктура, що забезпечує реалізацію продукції, постачання необхідних матеріалів товаровиробникам тощо; сфера споживання кінцевого продукту. Як бачимо, автор поняття

«аграрний ринок» розширює до сфери сільськогосподарського виробництва, необґрунтовано поєднуючи ринкові принципи господарювання, в яких функціонує агропромисловий комплекс із ринком агропромислової продукції.

Таким чином, пропонуємо наступне визначення: аграрного ринок – це сукупність господарських відносин та цілісна система установ, які забезпечують процеси обміну між виробниками сільськогосподарської продукції та її споживачами (підприємства переробки або населенням). При цьому аграрний ринок є складовою агропромислового, до якого належать ринок засобів виробництва і товарів споживання.

Сукупність операцій пов’язаних з виробництвом, зберіганням, переробкою та реалізацією сільськогосподарської продукції, а також задоволенням потреб кінцевих споживачів, формують аграрний ринок. У системі єдиного ринку країни він належить до числа найважливіших, оскільки гарантує продовольчу безпеку держави.

Від так, аграрний ринок формують: молочний, м’ясний, зерновий, плодоовочевий, цукробуряковий, олійний, виноградний та інші ринки, де продукція кожного має своє функціональне призначення, характерні риси та вимоги щодо переробки, зберігання, фасування, пакування, сертифікації, маркування, транспортування, продажу тощо.

Ринок плодоовочевої продукції доцільно виділити як самостійний. Підставою для цього є відокремлені масштаби виробництва – значні загальні обсяги виробленої продукції та участь в цьому процесі всіх регіонів країни. Специфіка ринку пов'язана з особливостями плодів та овочів як товарної продукції, що мають певні споживчі властивості. Вони впливають на весь шлях реалізації цих продуктів від виробництва овочів, товароруху, комунікації, цінової політики, продажу, після продажного обслуговування клієнтів до кінцевого споживання.

Відповідно до цього, складовими елементами ринку плодоовочевої продукції (у залежності від ступеня обробки його об’єктів та напрямів їх просування до споживачів) виступають: ринок плодоовочевої сировини, ринок

перероблені (промислової) продукції, ринок свіжої продукції (овочів, фруктів, плодів та ягід).

Разом з тим, за територіальною ознакою з позицій, що враховують особливості ведення аграрного виробництва, вітчизняні вчені аграрники П.Т. Саблук, Д.Я. Карич, Ю.С. Коваленко розрізняють ринки локальні, регіональні, національні та світовий [2; 33]. Погоджуючись з такою думкою, економісти Г.Н. Климко, В.П. Нестеренко, Л.О. Каніщенко виділяють ринки окремих областей, територій, регіонів, країн та світовий ринок [35, с. 170].

У свою чергу, І.А. Рабинович відокремлює всесвітній (світовий) ринок, національні (внутрішні) ринки, регіональні ринки, чи ринки окремих адміністративно-територіальних одиниць (республік, штатів, земель, округів тощо [36, с. 83]. Просторове розміщення виробництва і збуту продукції слугує вагомим аргументом стосовно структуризації плодоовочевого ринку за територіальною ознакою. При цьому його основу створюють локальні ринки, які, у свою чергу, формують базу плодоовочевих регіональних ринків (рис. 1.1).

Рис. 1.1. Вертикальна структура ринку плодоовочевої продукції

Джерело: власна розробка

За своєю сутністю регіональний ринок є сукупністю високоспеціалізованих соціально-економічних процесів і відносин у сфері обігу, що формуються під впливом особливостей попиту і пропозиції кожного територіально-адміністративного утворення.

Регіональний ринок плодоовочевої продукції можна визначити як субринок національного аграрного ринку, функціонування якого обумовлюється специфікою ринково-виробничих умов, притаманних певному регіону як територіальній одиниці з чітко визначеними межами та специфічними економіко-кліматичними умовами ведення господарства [37].

Функціонування ринку плодоовочевої продукції визначається зв'язками: між потребами населення регіону і виробництвом; попитом і пропозицією на регіональному ринку товарів і послуг; диференціацією доходів і характером споживання; рівнем і структурою споживання; поточним споживанням і накопиченням; усуспільненої і індивідуалізованої формами споживання, та інші [38, с. 37].

Одна з ідей, висловлених В.Г. Андрійчуком полягає в наступному: ринок плодоовочевої продукції необхідно розглядати комплексно, тобто як ринок продавців і покупців, і як структуризоване явище за окремими його сегментами (підсистемами), для яких притаманна ринкова інфраструктура ідентичність домінуючому на даному сегменті (продуктовому ринку) виду продукції, різне співвідношення між продавцями і покупцями та особливі дії важелів державного регулювання [39].

При цьому, найважливішим методологічним принципом у дослідженні сутності ринку плодоовочевої продукції є його розгляд як відносно однорідної соціально-економічної системи, основними особливостями якої є специфічний спосіб зв'язку елементів і їх розвиток у відповідності з певними закономірностями [43, с. 54]. До числа відмінних особливостей ринку слід віднести: відкритий характер відтворювального процесу [44, с. 24]; регіональну спеціалізацію [45, с. 21]; специфіку умов відтворення робочої сили та функціонування ринку як складової частини економічної системи з урахуванням локальних інтересів [46]. Основні особливості плодоовочевої продукції нами згруповано на рис. 1.2.

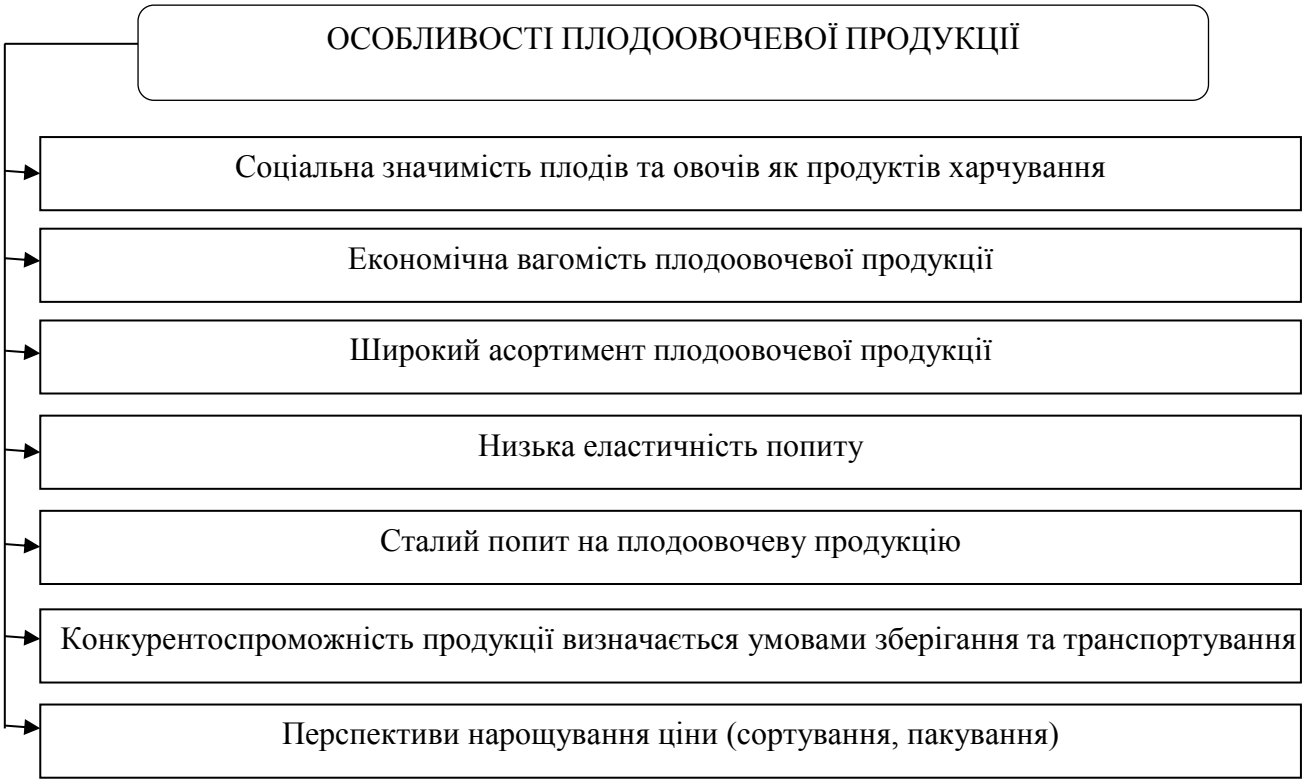


Рис. 1.2. Особливості плодоовочевої продукції

Джерело: власна розробка

Від так, важливість становлення плодоовочевого ринку пояснюється споживчими властивостями його товару. Свіжі овочі та продукти їх переробки мають значну питому вагу в харчуванні людини. Корисні властивості овочів зумовлені їх якісними характеристиками, зокрема хімічним складом. Харчова цінність свіжих плодів та овочів зумовлена наявністю в них вуглеводів, органічних кислот, дубильних, азотистих і мінеральних речовин, а також вітамінів [57, с. 18]. За даними Всесвітньої організації охорони здоров`я ООН та враховуючи медичні норми, щоденне споживання свіжих овочів і фруктів повинно бути на рівні 700-800 г [59; 60]. Все вказане обумовлює чільне місце овочів і фруктів серед інших видів аграрної продукції. А зростання обсягів виробництва слід розглядати як один з пріоритетних напрямів формування ринку плодоовочевої продукції нашої країни.

Ринок плодоовочевої продукції відрізняється від інших ринків широким асортиментом плодоовочевих культур (понад 60 видів), умовами та строками зберігання і реалізації продукції, великими обсягами сезонної продукції і як

такої, що швидко псується [44, с. 23]. Пропозиція ринку плодоовочевої продукції формується продуктами вітчизняного овочівництва й садівництва (свіжі овочі, фрукти та плодоовочева сировина), переробленою, а також імпортованою продукцією [66, с. 73]. Коренеплоди, плодові, цибулинні, листові овочі забезпечують асортимент продукції, яка являє собою унікальний набір продукції для споживачів з різними уподобаннями. Овочі та фрукти споживаються у свіжому вигляді, консервуються, соляться, сушаться, квасяться [65, с. 120-121]. Оскільки, овочі є традиційним продуктом в раціоні харчування населення нашої країни та враховуючи, високу питому вагу жителів міст це гарантує велику ємність вітчизняного товарного ринку овочів [67, с. 159]. Ця галузь здійснює виробництво економічно вигідної продукції в зимовий період, гарантуючи цілорічне надходження грошових коштів, зближуючи тим самим аграрну та індустріальну сфери [68, с. 37].

У рівнях споживання населенням України овочів і фруктів також існують певні розбіжності. Вони викликані природними та економічними факторами, у т.ч.: екологічним станом навколишнього середовища, певними традиціями населення кожного окремого регіону, його купівельною спроможністю, можливістю заміни продукції іншими товарами тощо [73, с. 20].

Специфіка плодоовочівництва обумовлена також територіальною розосередженістю галузі та її залежністю від природно-кліматичних умов (родючості ґрунтів, рельєфу, сезонного характеру вирощування) [70, с. 66], що у свою чергу, зумовлює регіональні відмінності щодо виробництва овочів та продуктів з їх переробки, формуючи відповідні особливості плодоовочевих ринків регіонів країни.

Оскільки, продукція плодоовочевої групи порівняно з іншими видами товарів має високий рівень взаємозамінності і в той же час низьку еластичність за доходами, в результаті чого, обсяги виробництва визначаються не лише платоспроможним попитом, але й фізіологічними нормами споживання [74]. Саме тому, розвиток плодоовочевого ринку тісно пов’язаний із диференціацією населення за рівнем доходів, що зумовлює орієнтацію виробників продукції на

задоволення потреб різних цільових сегментів. Оскільки, існує досить значна різниця між цінами на овочі в традиційній мережі та на міських ринках. Цінова ситуація на міських ринках досить активно змінюється під впливом попиту і пропозиції, а на внутрішньому ринку мають місце сезонні коливання цін на овочеву продукцію. Тому, ціни на овочі значно різняться і в регіональному розрізі. [76, с. 42]. Також спостерігається значна залежність рівня ціни від базової якості, способу розфасування, реклами, специфіки торгового місця та інших факторів. Хоча, прямий зв'язок між доходами населення та обсягами споживання плодоовочевої продукції відсутній, проте зі зростанні грошових надходжень споживачі висувають більш високі вимоги до якісних параметрів та екологічності продукції, що стає необхідною передумовою підвищення їх конкурентоспроможності.

Потреба розвитку підприємництва при виробництві та реалізації продукції відповідає специфічним відмінностям галузі, процеси, якої важко механізуються. Тому продукція плодоовочівництва відрізняється високим рівнем трудомісткості та вимагає значних затрат ручної праці (особливо – процес збирання урожаю, а в садівництві – ще й обрізання дерев) [71, с. 88-89]. Вирощування овочів відбувається як у відкритому ґрунті, так і у спорудженнях закритого ґрунту (ранні овочі та розсада). Виробництво останніх відзначається високою енергозатратністю.

Від так, сфера плодоовочевого виробництва включає ланки, які забезпечують рух продукції від поля (ферми) до споживача, тобто збирання, транспортування, зберігання, переробку і реалізацію продукції (рис. 1.3). Представлена схема спільна для збору та підготовки до реалізації плодоовочевої продукції, проте, вона може мати безліч модифікацій в залежності від виробничих потужностей господарства, технологічних особливостей продукції та вимог замовника [113, с. 8-9].

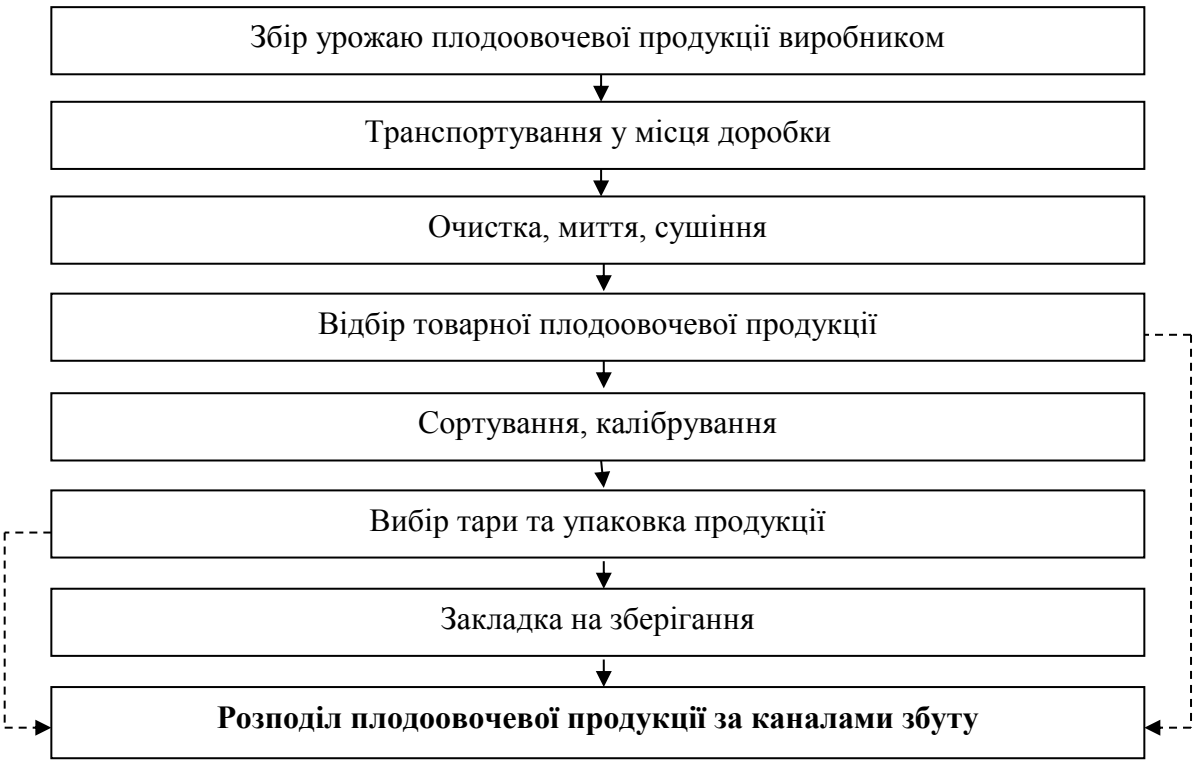


Рис. 1.3. Схема підготовки плодоовочевої продукції до реалізації

Джерело: власна розробка

Складність технологічних процесів при вирощуванні та реалізації плодоовочевої продукції, пов'язана в першу чергу, з малою транспортабельністю продукції, яка швидко псується та концентрацією виробництв у домогосподарствах населення [72, с. 5-6]. А організація процесів переробки та зберігання овочів та фруктів у місцях виробництва, а також транспортування і просування товару ринки дозволяє залучати сільське населення до участі у економічних процесах, підвищуючи при цьому рівень соціального добробуту представників даної категорії.

Споживання плодоовочевої продукції (на відміну від її виробництва) носить цілорічний характер. Овочівництво закритого ґрунту, хоча й не є основним джерелом надходження овочевої продукції протягом року, проте дозволяє забезпечити населення свіжою продукцією поза сезоном масового збирання та дає можливість скоротити попит на її імпортний товар [69, с. 43]. А від так, збутова діяльність передбачає застосування інструментарію та ідей логістики, передусім під час визначення каналу реалізації (рис. 1.4), стратегії

збуту, вибору структури логістичного ланцюга, прийняття рішень щодо використання форм транспортування та відвантажування продукції.

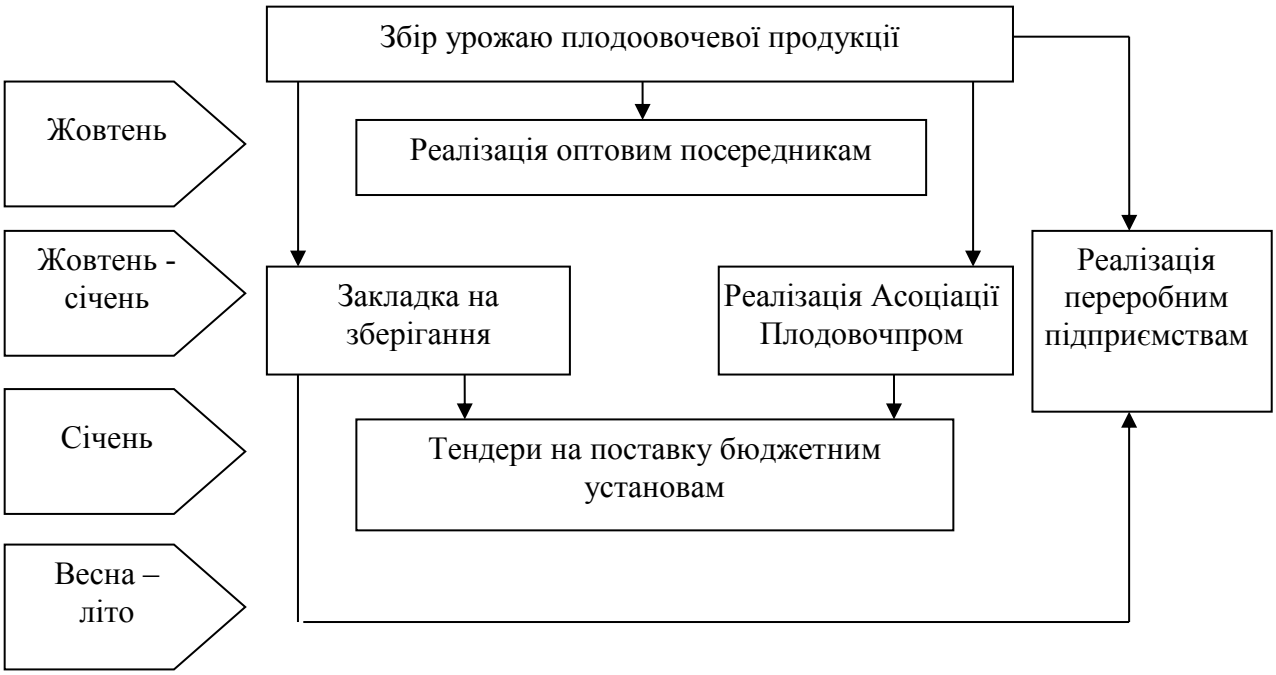


Рис. 1.4. Канали реалізації плодоовочевої продукції

Джерело: власна розробка

Важливим, при цьому, є насичення підприємств сировиною за рахунок існуючих на ринку суб’єктів. Забезпечення ритмічності роботи значною мірою пов'язане з вирощуванням плодів та овочів з різними строками дозрівання. Організація співпраці з безпосередніми виробниками, що займаються самостійною заготівлею сировини, сприяє збереженню продукції, що дає можливість заощадити значну частину коштів переробних підприємств [112, с. 84-85].

Дотримання логістичних принципів ресурсного забезпечення суб'єктів плодоовочевого виробництва на регіональному рівні є об'єктивною умовою їх успішного функціонування. Проте, основною проблемою в ланцюгу «виробництво – споживання» залишається забезпечення стабільності та ритмічності поставок плодоовочів. Передусім ця проблема загострюється через втрату традиційних зв'язків між переробними підприємствами і виробниками, оскільки останні скорочують об’єми виробництва плодоовочевої продукції; та

між переробними підприємствами та заготівельними організаціями, які перестали існувати.

Особливістю формування вітчизняного плодоовочевого ринку є те, що в цьому процесі приймають участь юридичні та фізичні особи, які представляють різноманітні форми власності і господарювання, мають різні потреби, ресурси, цілі щодо ринку плодоовочевої продукції (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Склад і характеристики основних суб'єктів ринку плодоовочевої продукції

Група покупців		Група продавців	
Представники	Характеристики	представники	Характеристики
Споживачі	купують свіжі й перероблені овочі та фрукти для особистого споживання	виробники	займаються переважно промисловим веденням овочівництва і садівництва
покупці-виробники: промислові підприємства і підприємства ресторанного господарства	використовують плодоовочеву сировину та продукти її переробки (напівфабрикати й готову до вживання продукцію) у власному подальшому виробництві	переробні підприємства	виконують промислове консервування, заморожування, сушіння плодоовочевої сировини
покупці-торговці: підприємства роздрібної, оптової торгівлі (у т.ч. зовнішньої)	купують свіжу й перероблену продукцію з метою наступної реалізації	посередницькі структури	підприємства оптової (плодоовочеві бази, експортери, імпортери) і роздрібної торгівлі (суб'єкти ресторанного господарства)

Джерело: узагальнено та доповнено автором на основі [276]

Відтак, споживачами на плодоовочевому ринку можуть виступати як окремі особи, так і організації, що займаються переробкою, зберіганням, оптово-роздрібною торгівлею. Суб'єктами інфраструктури продовольчого ринку плодоовочевої продукції виступають виробники, споживачі плодів і овочів (сільськогосподарські підприємства, господарства населення, фермерські господарства), а також підприємства сфери плодоовочевого виробництва, що включають переробку, зберігання і збут продукції.

Якщо розглядати основних суб'єктів, що діють на ринку плодоовочевої продукції, то їх взаємодію можна представити у вигляді схеми (рис. 1.5).

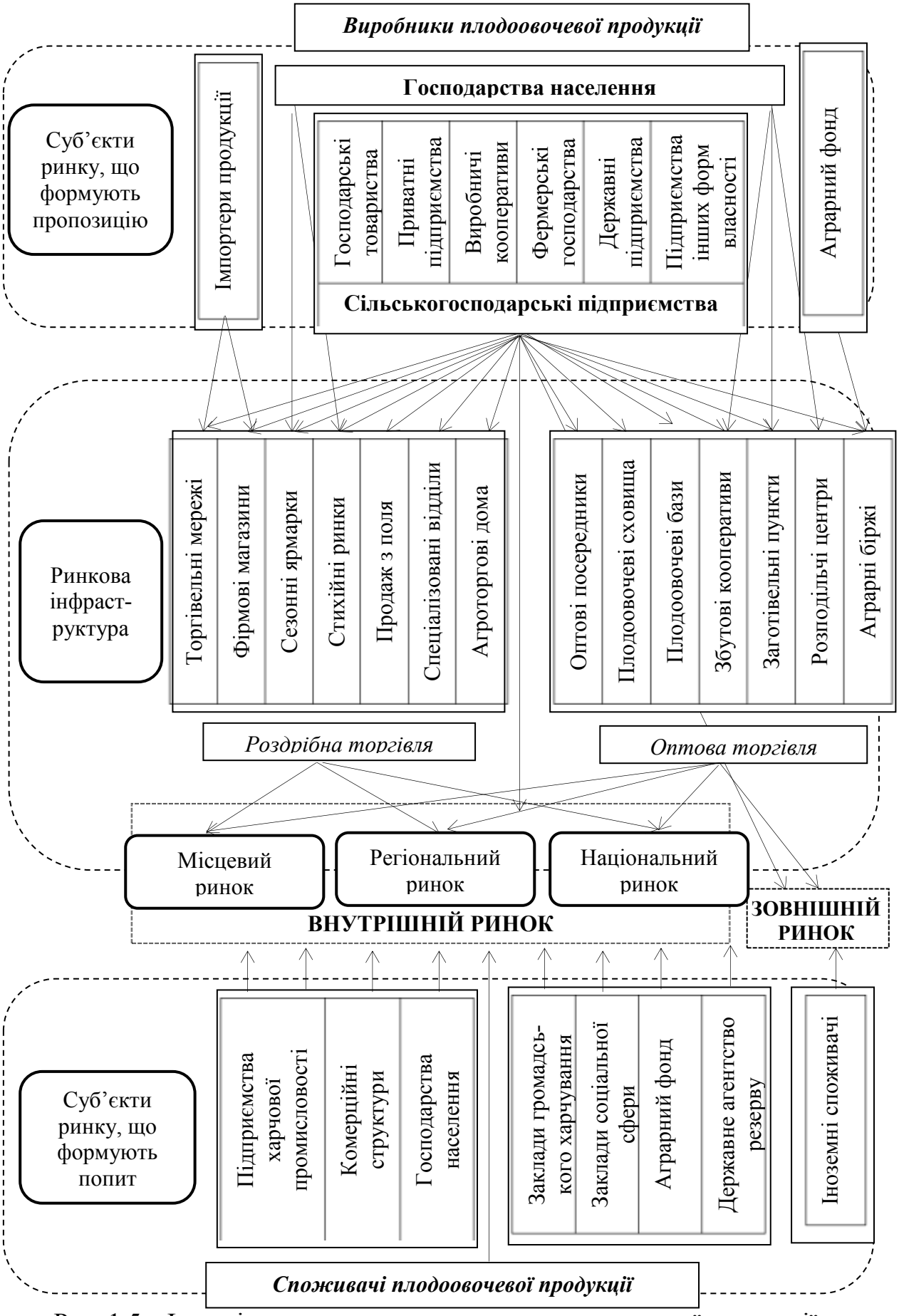


Рис. 1.5. Функціональна структура ринку плодоовочевої продукції

Джерело: власна розробка

На схемі всі взаємозв'язки між даними суб'єктами мають двосторонній характер. Всі суб'єкти плодоовочевого виробництва рівноцінні, взаємопов'язані й підпорядковані загальній меті – отриманню і максимізації прибутку.

Функціональна структура плодоовочевого ринку включає: сферу виробництва та заготівлі плодоовочевої сировини (виробнича інфраструктура); сферу зберігання та переробки продукції (логістична інфраструктура); сферу товарно-грошового обігу та збуту, яка охоплює мережу підприємств оптово-роздрібної торгівлі та громадського харчування; сферу споживання кінцевого продукту. А ефективність його діяльності забезпечується ринковою інфраструктурою загального (транспорт, зв'язок, фінансово-банківські заклади та ін.) та спеціального (біржі, ярмарки, аукціони, торгові доми, магазини, міські ринки) призначення. Спільна діяльність даних суб'єктів ринку, направлена на кінцевого споживача, що посилює необхідність скоординованості і узгодженості дій, та стимулює підвищення ефективності їх функціонування. Вагомою складовою при цьому є ринкове саморегулювання. Суть якого проявляється через дію механізму взаємодії попиту та пропозиції, цінової конкуренції, особливості процесів збуту та споживання.

Відтак, специфіка плодоовочевого ринку тісно пов'язана з властивостями плодів та овочів як товарної продукції, що мають певні споживчі якості. Вони впливають на весь шлях реалізації цих продуктів: від виробництва, товароруху, комунікації, цінової політики, продажу, після продажного обслуговування клієнтів до кінцевого споживання. До основних особливостей становлення плодоовочевого ринку слід віднести: з одного боку, соціальну значущість для життєдіяльності нації продукції плодоовочівництва, що подовжує життя людини та робить його повноцінним, а з іншого – перспективи масштабних економічних здобутків, що зумовлені широким асортиментом продукції. Тому, ринок плодоовочевої продукції доцільно виділяяти як самостійний. Підставою для цього є відокремлені масштаби виробництва – значні загальні обсяги виробленої продукції та участь в цьому процесі всього територіального простору країни.

1.2. Основні умови ефективного формування ринку та регулювання і підтримки на ньому плодоовочевої продукції

В умовах трансформаційних процесів, характерною особливістю яких є диспропорція попиту і пропозиції на ринку, важливого значення набуває пошук шляхів формування і забезпечення ефективного функціонування ринку плодоовочевої продукції. А ринкові умови господарювання є одними з основних чинників, що впливають на обсяги її виробництва, рівень якості та динаміку цін [77, с. 121-122]. Сучасні параметри розвитку ринку (обсяг виробництва, якість, асортимент продукції та ін.) визначаються не тільки умовами виробництва і розподілу продукції, особливістю яких є скорочення та різке подорожчання ресурсів, а, перш за все, дією об'єктивних законів ринку (вартості, попиту, пропозиції та ін.), змінами його кон'юнктури.

Сьогодні ринок плодоовочевої продукції є доволі нестабільною системою, що спричинено насамперед недостатнім рівнем внутрішнього споживання, значною залежністю від кон'юнктури зовнішніх ринків продовольства, а також недостатньо розвинутою інфраструктурою. Тенденції, що спостерігаються на плодоовочевому ринку України в останні роки засвідчили відсутність стабільності цінової ситуації, що в цілому унеможливлює прогнозоване рентабельне господарювання [81, с. 48]. Є багато думок з приводу того, що ринок плодоовочевої продукції та ефективність його функціонування залежать, в першу чергу, від системи відносин між сільськогосподарськими, переробними, торговельними підприємствами та споживачами. Виробництво – зберігання – переробка – реалізація – споживання є ланками одного ланцюга, тому неможливо досягти прибутковості однієї з них за збитковості інших [82, с. 52].

Ринок плодоовочевої продукції, слід розглядати, як організаційно-економічну систему виробництва овочів і фруктів для споживання в свіжому й переробленому вигляді та просування цієї продукції до споживача [83]. Крім того, плодоовочевий ринок є – поняттям багатогранним, і є певною системою, в

якій узгоджуються економічні інтереси виробників та споживачів у процесі вільної купівлі-продажу продукції.

Таким чином, плодоовочевий ринок можна представити як головний елемент, що координує діяльність з виробництва, переробки та розподілу плодоовочевої продукції за допомогою відповідних механізмів з метою отримання прибутку [84, с. 46]. А основними передумовами ефективного формування ринку плодоовочевої продукції в Україні є наступні (рис. 1.6).

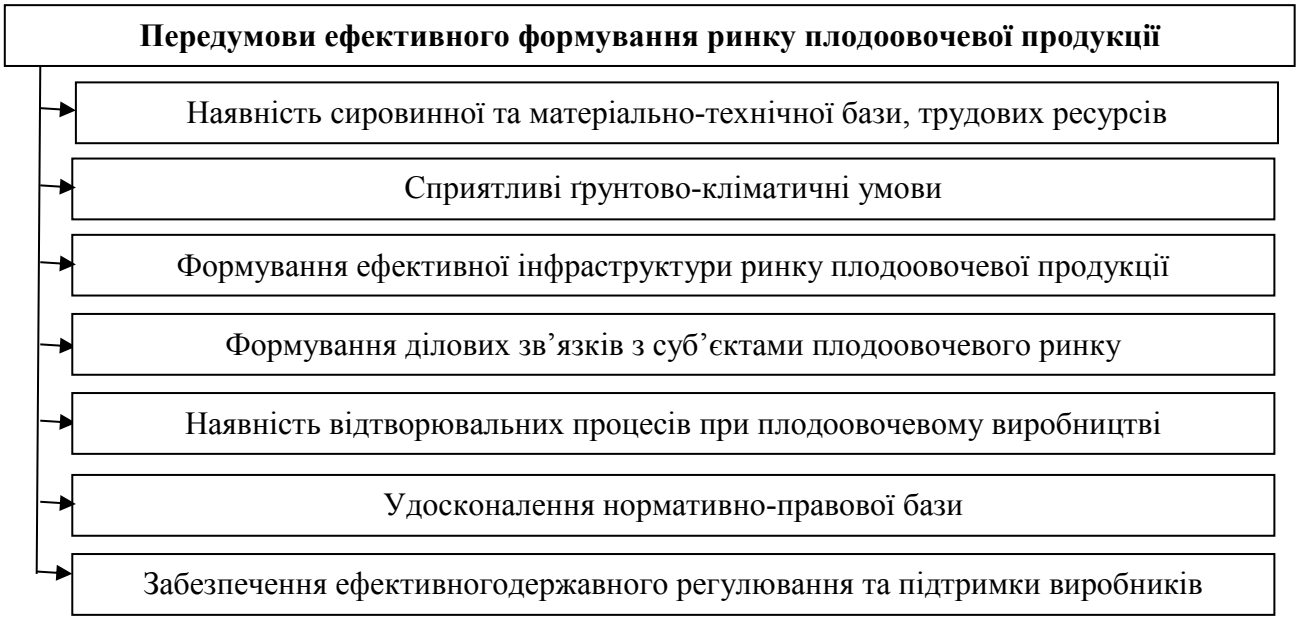


Рис. 1.6. Передумови ефективного формування ринку плодоовочевої продукції

Джерело: власна розробка

Окрім зазначених передумов, на ефективне функціонування і розвиток плодоовочевого ринку мають вплив низка факторів. Спробуємо виявити основні з них, а також дослідити природу їх прояву. Традиційно, фактори, що впливають на діяльність або процес, поділяють на внутрішні й зовнішні. Поділяючи зазначені фактори на зовнішні та внутрішні, відзначимо, що з наведеного переліку, до зовнішніх належать загальноекономічні, політичні, фінансові, техніко-технологічні, природно-географічні, соціальні, демографічні, екологічні, збутові, кон'юнктурні, конкурентні. До внутрішніх відносимо ті

фактори, які формуються всередині організацій, тобто пов'язані з веденням плодоовочевого виробництва (рис. 1.7).

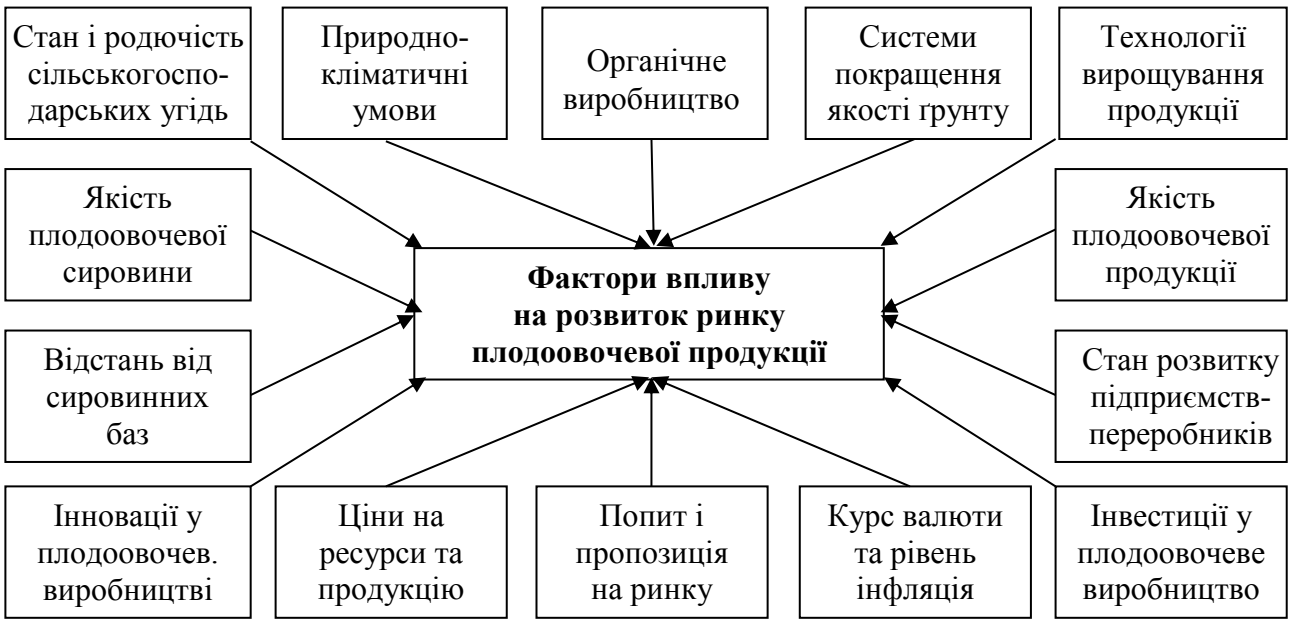


Рис. 1.7. Фактори впливу на розвиток ринку плодоовочевої продукції

Джерело: власна розробка

Макроекономічні фактори впливають на розвиток економіки загалом, так і плодоовочевих ринків зокрема. До цієї групи ми відносимо: курс валют, рівень інфляції, рівень безробіття в країні та у регіоні, платоспроможний попит населення та переробних підприємств тощо. Вагомим є також вплив державного та нормативно-правового регулювання, що визначається існуючою законодавчо-нормативною базою, рівнем розвитку мережі державних та недержавних інститутів управління на плодоовочевого ринку [85, с. 32]. Під впливом фіскальної політики держави формується рівень податкового навантаження на учасників ринку, система адміністрування податків та пільгового оподаткування.

Вплив фінансових факторів на плодоовочевому ринку визначається доступністю для учасників джерел фінансування, рівнем цін, вартості залучення кредитних коштів, створенням сприятливого інвестиційного підґрунтя для реалізації інноваційних проектів та програм, державною податковою політикою [86, с. 163-164]. Дія чинників даної групи може

проявлятися як безпосередньо, так і опосередковано, наприклад, через виробничі результати господарської діяльності підприємств виробників плодоовочевої продукції. Фінансові чинники чинять суттєвий вплив на розвиток плодоовочевого виробництва: рівень використання нових технологій (інновацій) та підходів у процесі вирощування культур, рівень прибутковості (рентабельності) тощо.

Враховуючи специфіку плодоовочевого виробництва, вважаємо за доцільне, окремо виділити цінові чинників, які проявляються у диспаритеті цін на плодоовочеву продукцію та ресурси, що необхідні для забезпечення виробничого процесу. Сектор ресурсозабезпечення представлений, переважно, монополістичними та олігополістичними структурами, що мають можливість впливати на цінову ситуацію у галузі, у той же час, як ціни на плодоовочеву продукцію формуються на ринку, де діє значна кількість посередників [87, с. 29-30].

Вплив техніко-технологічних чинників, проявляється, переважно негативним впливом на діяльність плодоовочевих виробників, що пояснюється, у першу чергу, значним фізичним і моральним зносом обладнання та матеріальних засобів. До цієї групи належать рівень науково-технічного прогресу, рівень освоєння новітніх технологій [88, с. 262]. Інноваційні фактори пов’язані також із недостатньою розробкою та низьким рівнем використання інтенсивних технологій, нових високопродуктивних сортів рослин, засобів захисту, біотехнологій [89, с. 39-40]. Порушення технологій виробництва та їх низький рівень, недотримання науково-обґрунтованих сівозмін при вирощуванні плодоовочевих культур, значне зменшення об'ємів внесення органічних і мінеральних добрив негативно впливає на ефективність господарювання в цілому.

Група природно-географічних факторів (природно-кліматичні умови, кількість і якість природних ресурсів, стан та родючість сільськогосподарських угідь) є визначальними для здійснення плодоовочевого виробництва, адже впливає на темпи економічного зростання галузі [90, с. 41]. Внаслідок дії

несприятливих погодних умов та природних явищ втрати врожаю та погіршення якості продукції набувають катастрофічного масштабу.

Особливо активно впливають на процес виробництва плодоовочевої продукції екологічні фактори: стан навколишнього середовища, відношення громадськості до захисту навколишнього середовища, вирощування екологічно-чистої та органічної продукції; зменшення викидів у атмосферу, забрудненості сільських територій тощо [91, с. 110-111].

Соціально-демографічні чинники проявляються у культурі споживання, менталітеті населення. Процеси урбанізації, зниження питомої ваги працівників із повною вищою освітою, прискорені темпи старіння сільського населення, крім того, незадовільні умови праці та найнижча заробітна плата в галузі призводить до відтоку робочої сили до міст або інших країн [92, с. 60].

Збутові фактори впливу на плодоовочевому ринку зумовлені цілим комплексом причин: відсутністю прозорих каналів реалізації продукції, нерозвиненість ринкової інфраструктури, і в першу чергу оптових ринків, бездіяльність аграрних бірж, недостатня кількість переробних та збутових підприємств, руйнування системи державних закупок, нестабільність вітчизняних ринків, повільні темпи його зростання через зниження рівня життя населення, значні коливання кон’юнктури, перенасиченість ринку імпортними продуктами, втрата традиційних зовнішніх ринків збуту, неспроможність завоювання нових, сировинний характер експорту тощо [93, с. 84-85, 86].

Фактори конкуренції (наявність товарів-замінників, висота бар'єрів входу та виходу з ринку, розподіл ринкових сегментів між основними учасниками) [94, с. 27]. Плодоовочеве виробництво зосереджено переважно у формуваннях малого бізнесу різноманітних форм власності, що є основою для багатоаспектної конкуренції. Значна кількість конкурентів-виробників плодоовочевої продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, широкий її асортимент, висока ступінь взаємозамінності, низька еластичність за доходом зумовлюють необхідність врахування перелічених чинників і пошуку шляхів впливу на них.

Будь-який ринок, у т.ч. й ринок плодоовочевої продукції, перебуває під впливом законів попиту і пропозиції. Обсяг платоспроможного попиту має тенденцію до зростання за умови зниження ціни, та падіння – при її підвищенні. Інакше кажучи, обсяг попиту перебуває в оберненій залежності від ціни, а величина пропозиції, навпаки, зростає разом з підвищенням ціни і характеризується прямою залежністю від неї [95, с. 83-84]. Проте, на практиці, зустрічаються випадки, необґрунтованого зростання величини пропозиції чи попиту, що неодмінно, спричинюють дестабілізацію обсягів реалізації та цін на плодоовочеву продукцію. За цих умов, збитків зазнають як товаровиробники, так і споживачі, оскільки зниження обсягів продажу, призводить до зростання рівня цін, і навпаки, збільшення обсягів реалізації спричинює їх зменшення [96, с. 68].

Ринок плодоовочевої продукції визначається відносно гарантованим попитом, оскільки його споживачами є, фактично, все населення України, проте його рівень обмежується фізіологічна нормою споживання. Попит на плодоовочеву продукцію формується під впливом рівня доходів населення, демографічних факторів, якості продукції, національних та регіональних особливостей споживання тої чи іншої продукції а також від міри маркетингових зусиль продавця.

Елементами системи пропозиції є вітчизняне плодоовочеве виробництво, імпорт, переробка, зберігання, товарна доробка та упаковка продукції, транспорт, зв’язок та маркетингова система комунікацій. Пропозиція на плодоовочевому ринку визначається потребами населення у продуктах харчування. При цьому вартість нормативного раціону за ринковими цінами не повинна перевищувати доходи населення [98, с. 57].

Від так, плодоовочевий ринок, в економічному відношенні визначає сферу взаємодії суб’єктів по забезпеченню виробництва і вільного руху продукції. Предметом купівлі-продажу на ринку є плодоовочева продукція і продукти її переробки. Місткість такого ринку визначається обсягами виробництва, його спеціалізацію, рівнем купівельної спроможності населення

та іншими чинниками [99, с. 4-5]. А в нинішніх умовах приватної власності на засоби виробництва й відособленості товаровиробників, плодоовочевий ринок має стати єдиною дієвою формою економічних зв'язків, регулятором пропорцій розвитку національних галузей економіки, розподілу трудових засобів, реалізації основної мети – забезпечення прибутковості виробництва, зростання бюджетних надходжень і забезпечення потреб споживачів [100, с. 179].

Ефективність функціонування плодоовочевого ринку залежить від повноти виконання покладених на нього функцій та цілей, що за його допомогою досягаються (рис. 1.8). При формуванні та забезпеченні продуктивного функціонування плодоовочевого ринку виділяються наступні функції: соціальна, ціноутворююча, стимулююча, селективна, управлінська.

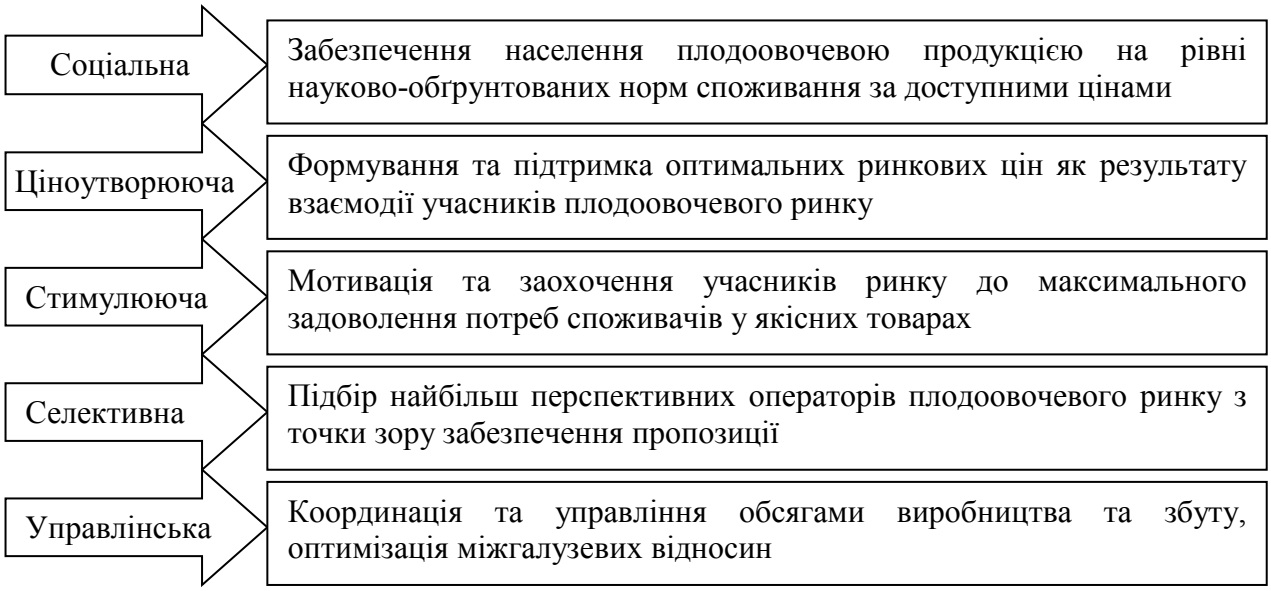


Рис. 1.8. Функції ринку плодоовочевої продукції

Джерело: власна розробка

Найважливішою є соціальна функція, оскільки плодоовочевий ринок є складовою аграрного і забезпечує гарантування продовольчої безпеки держави, у частині забезпечення населення плодоовочевою продукцією та продуктами її переробки у необхідному обсязі.

В основі ціноутворення на плодоовочеву лежить закон попиту і пропозиції та система стабілізації ринкових цін. Разом з встановленням цін на

ринку, функція також виконує завдання щодо просуванню продукції, тобто переміщенню товарних потоків від виробника до кінцевого споживача.

Стимулююча функція включає активізацію виробництва потрібної споживачеві продукції, в основі якого лежить визначення ступеня суспільної необхідності та значимості вироблених товарів.

У результаті конкуренції між товаровиробниками та за рахунок дії об'єктивних економічних законів (попиту та пропозиції) на ринку відбувається відбір найбільш перспективних операторів плодоовочевого ринку з точки зору забезпечення пропозиції [101, с. 121]. Тобто, витримує конкуренцію лише той хто пропонує товар високої якості за оптимальним рівнем ціни. У селективній функції, на нашу думку, найбільш повно втілюється механізм самореалізації, підвищення ефективності виробництва на основі використання фундаментальної ідеї ринкової економіки – конкуренції.

Управлінська функція дозволяє забезпечити дотримання бажаних пропорцій в обсягах виробництва, реалізації плодоовочевої продукції та продуктів її переробки не лише у межах вітчизняного ринку, але і з урахуванням зовнішньоекономічних зв'язків [102, с. 10].

Системна природа ринку дає можливість визначити зміст його формування на основі процесу організації, оскільки в рамках системного підходу організацією вважається створення системи із забезпеченням її необхідними ресурсами. Від так, плодоовочевий ринок являє собою систему установ, методів та ресурсів здійснення процесів обміну, основним завданням якої є координація та управління виробництвом з метою задоволення споживчих потреб населення [103, с. 25].

Структуру системи ринку плодоовочевої продукції доцільно представити як органічно цілісну сукупність взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих підсистем (рис. 1.9). Системо утворюючим елементом системи плодоовочевого ринку є платоспроможний попит населення.

Перша підсистема взаємодіє безпосередньо з учасниками ринкової інфраструктури як зі сторони попиту, так і зі сторони пропозиції. Основним

завданням є генерація ринкових сигналів відносно попиту та ринкової ціни на плодоовочеву продукцію і продукти її переробки.

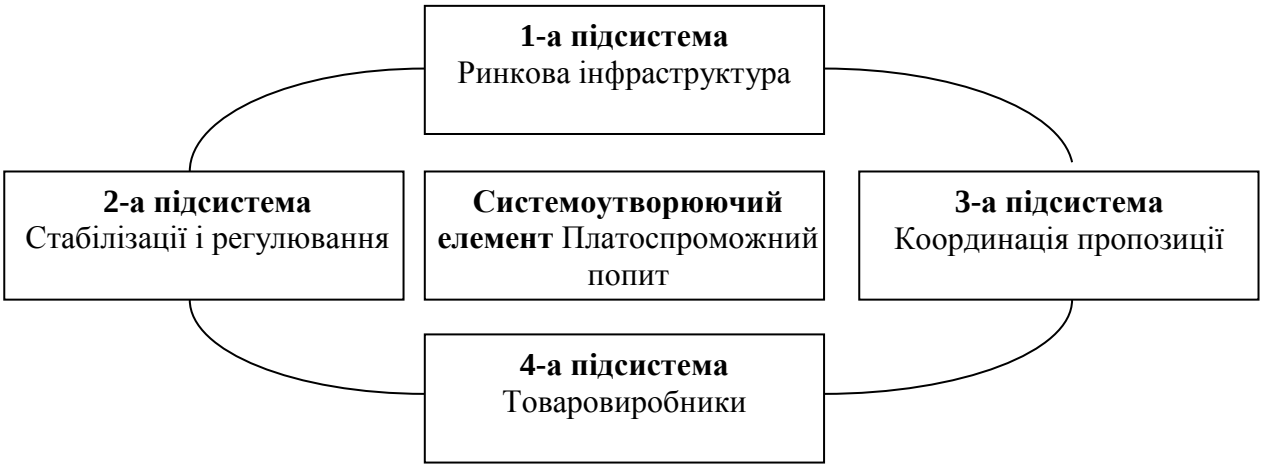


Рис. 1.9. Система ринку плодоовочевої продукції

Джерело: узагальнено та доповнено автором на основі [74]

При цьому постають два важливих питання стосовно поглиблення наукових основ визначення ринкової інфраструктури ринку [104, с. 22-23]. Перший – це визначення власне поняття як наукового.

Ринкова інфраструктура плодоовочевого ринку – це генератор ринкових цін (ціни попиту та ціни пропозиції); місце безперервної взаємодії покупців і продавців продукції, основним завданням яких є визначення обсягів платоспроможного попиту та рівня ринкових цін [105, с. 38].

Сучасні дослідники визначають інфраструктуру як сукупність елементів безперебійного багаторівневого функціонування господарських взаємозв'язків або взаємодію суб'єктів ринкової економіки і регулювання руху товарно-грошових потоків [106, с. 21]. Аналогічну точку зору має Бурковська А.В, яка визначає інфраструктуру як систему формувань, які забезпечують обслуговування процесу товарообміну, його прозорість, безперервність і створюють належні умови для ефективного функціонування ринку [107, с. 278-279]. Наголошуючи на тому, що основна функція інфраструктури полягає в обслуговуванні виробників плодоовочевої продукції на основних етапах створення споживчої вартості: виробництво – постачання – збут.

Відтак, виходячи із завдань першої підсистеми, до її складу можуть бути віднесені: біржі, аукціони, оптові плодоовочеві ринки, міські ринки, фірмова збутова мережа продуктових і переробних підприємств. Агроторгові доми та постачальницько-збутові кооперативи лише за певних умов можуть бути віднесені до ринкової інфраструктури, адже попит і пропозиція зустрічаються та взаємодіють на них лише в деяких випадках. У більшості ж випадків ці два типи постачальницько-збутових підприємств концентрують пропозицію виробників продукції та виступають операторами плодоовочевого ринку на боці пропозиції [108, с. 19].

Другий напрям дослідження розуміння поняття ринкової інфраструктури зводиться до уточнення підходу щодо визначення її ролі та призначення окремих її елементів. Ринкова інфраструктура у цьому випадку, виступає як середовище функціонування підприємництва, що заповнює величезний економічний простір від виробництва до споживання. Вироблена продукція надходить на ринок, де відбувається укладання контрактів на постачання, просування товарних податків по галузях і регіонах, регулювання збуту і обслуговування економічної системи [109, с. 152-153]. А отже, елементи інфраструктури породжуються потребами ринку та діловими відносинами.

Друга підсистема плодоовочевого ринку враховує факт нестабільності системи ринкових відносин, тобто наявності загроз незбалансованого зростання та невмотивованих цінових «сплесків» і «провалів». Тому необхідна дієва підсистема збалансування і регулювання ринкового середовища. При її утворенні необхідним є врахування світового досвіду та особливостей України. Стабілізаційні ланки плодоовочевого ринку можуть мати державну природу і певною мірою спиратись на адміністративні методи регулювання (канадська та австралійська моделі ринку). У той же час, дієвим та продуктивним є застосування засобів стабілізації ринкового середовища на основі самоуправління учасників ринку за підтримки професійних (галузевих) і міжпрофесійних (міжгалузевих) об’єднань виробників (досвід Франції) [105].

Зважаючи на актуальність процесів демократизації суспільного життя, для сучасної України доцільним, на нашу думку є використання підсистеми стабілізації плодоовочевого ринку з використанням інститутів самоорганізації та самоуправління учасників продуктових секторів. За рахунок цього, зберігається значення державного регулювання цін і доходів товаровиробників, яке покладається на другу підсистему, її стабілізаційно-регулюючий вплив на плодоовочевий ринок і має двосторонній характер попередження або ліквідації незбалансованості шляхом збільшення чи зменшення пропозиції (або попиту).

Функцію гаранту продовольчої безпеки на соціально необхідних напрямах покладено на третю підсистему плодоовочевого ринку – координації пропозиції. У цьому випадку передбачається використання державних інститутів і методів у вигляді забезпечених бюджетним фінансуванням державних програм [111, с. 23-24]. Альтернативним варіантом є галузеві підприємницькі вертикально інтегровані формування загальнонаціонального значення з високою маркетинговою культурою та ефективним прогнозуванням ринку. Вони не лише зацікавлені у стабілізації продовольчих секторів, але й здатні її забезпечити.

Четверта підсистема плодоовочевого ринку охоплює плодоовочеве виробництво, в якому формується розуміння особливостей його функціонування, можливостей, шляхів і доцільності різноманітних форм самоорганізації та самоуправління учасників ринку, необхідності їх переходу від пасивного очікування державної фінансової допомоги до аргументованої колективної коректної законної постановки питань і вирішення проблем в органах державного та господарського управління аграрним сектором [74].

З цього слідує, що системна основа побудови плодоовочевого ринку вимагає науково-обґрунтованих дій, головним в яких виступає узгодження локальних інтересів підприємств різних галузей у процесі використання наявних у межах певної території ресурсів і виробництва на цій основі конкурентоспроможної плодоовочевої продукції. Не останню роль у цих процесах повинна відіграти держава.

Для визначення місця та ролі державного впливу на функціонуванні вітчизняного плодоовочевого ринку необхідно: по-перше, визначити головну ідею щодо державного регулювання виробництва і збуту плодоовочів періоду, що передував реформуванню аграрного сектора, з метою розуміння витоків сучасного стану галузі. По-друге, проаналізувати підходи державного регулювання плодоовочевих ринків економічно високорозвинених країн, з'ясувати можливості його адаптації до умов України. По-третє, узагальнити сучасні інструменти регулювання ринку, з метою використання у підвищення ефективності функціонування ринку плодоовочевої продукції.

Система державного регулювання вітчизняного плодоовочевого підкомплексу сформована на методах адміністративного управління. До переваг, слід віднести те, що Україна у складі СРСР мала потужний аграрний потенціал, реалізація якого гарантувала необхідне забезпечення населення сільськогосподарською продукцією, у тому числі овочами і фруктами та продуктами їх переробки.

Управління сільським господарством здійснювалося на основі централізованої командно-адміністративної системи, що включала організаційне регламентування, нормування, методичне інструктування [116]. Попит на плодоовочеву продукцію формувався державою. Для товаровиробників встановлювалися об'єми виробництва продукції та формувався відповідний товарний асортимент, а для збутових організацій – визначалися кількісні параметри реалізації. В Україні діяла система планових цін, яка включала: оптові, закупівельні, роздрібні ціни, тарифи на транспорт, електроенергію, побутові послуги. Аграрна економіка в цілому та плодоовочівництво, як її складова розвивалися без використання ринкових механізмів [117].

Досліджуючи даний історичний період, вчені аграрної думки відзначають позитивні тенденції економічних та соціальних змін у розвитку українського села. Державна підтримка аграрного сектору була спрямована на розвиток соціальної сфери на селі, зведення дитячих садків і житла, будівництво

сільськогосподарських комплексів, проведення меліоративних робіт [118, с. 8-13]. Водночас звертається увага і на те, що поряд з успіхами в аграрній галузі, проявлялися стратегічні прорахунки, які мали місце, оскільки державна політика досягнення результатів забезпечувалася переважно за рахунок суспільних інтересів, що підривало економічні та соціальні основи функціонування сільського господарства країни.

Державна «підтримка» сільського господарства здійснювалася наступним чином: через різке зниження закупівельних цін порівняно з оптовими, накопичувалася заборгованість сільського господарства державі, а коли вона досягала певних критичних рамок вона списувалася. Під впливом таких обставин більшість аграрних підприємств залишалися вкрай пасивними, що спричиняло стагнацію сільського господарства [32, с. 205]. А, заходи підтримки виробників не забезпечували достатнього зростання обсягів виробництва аграрної продукції (особливо плодоовочевої), які б покривали зростаючий платоспроможний попит населення. При цьому вплив інструментів ринкового регулювання був відсутній.

Протилежним наведеній точці зору є підхід абсолютизації ринкових відносин у регулюванні економікою, який пропонують прихильники невтручання держави у підприємництво. Представник такої позиції В. Петті (англійський економіст, родоначальник класичної політекономії) недолік державного регулювання пояснював тим, що дуже багато із того, що повинно керуватися тільки природою, стародавніми звичаями і загальною угодою, підпадає під регулювання закону [119, с. 155]. Спроба ж використання наведеного класичного варіанту ринкового саморегулювання, яку активно використовували в Україні, призвела до негативних соціально-економічних наслідків [120; 121; 122].

Державне регулювання плодоовочевого ринку за кордоном являє собою складний механізм, який включає засоби впливу на прибуток господарюючих суб’єктів, структуру виробництва, соціальну структуру сільської місцевості, міжгалузеві і міжгосподарські зв’язки з метою забезпечення стабільних

(економічних, правових і соціальних) умов для розвитку галузі, задоволення потреб населення в якісних продуктах харчування за прийнятними цінами [123]. При цьому регулювання здійснюється відповідними державними органами, що діють через визначену систему інститутів, створених як виробниками плодоовочевої продукції, так і підприємствами оптової торгівлі, переробки, реалізації.

При характеристиці державного регулювання у Великобританії, слід зазначити, що там відбувалося еволюціонування від повного невтручання в економіку, до все активнішого його проникнення в усі сфери господарського життя. Саме Англія стала «батьківщиною» концепції державного регулювання, теоретична база якої закладена у книзі Дж. М. Кейнса «Загальна теорія зайнятості, процента і грошей» [124]. Це цілком очевидно, адже економіка Великобританії має об'єктивні передумови до появи кризових явищ: вона на 90% забезпечується ввізною сировиною, використовуючи при цьому імпортоване обладнання, а динаміка її виробництва напряму залежить від стану золотовалютних резервів і платіжного балансу. Це і пояснює потребу державного втручання в економіку. В окремі періоди державні витрати на регулювання економічних і соціальних процесів у країні досягали 50% національного доходу.

Китай є унікальним прикладом активного використання ринкових інструментів регулювання зі збереженням основ адміністративно-командної системи [125, с. 74-75]. Поєднання ринкових регуляторів з адміністративно-командними методами управління з урахуванням національної специфіки дозволили Китаю вийти на друге місце у світі за обсягом іноземних інвестицій у аграрний сектор. Цей факт, пояснюється, насамперед ефективною податковою політикою (низькі податки або їхня відсутність на певні види продукції, безмитне ввезення новітніх технологій та устаткування, вільне переведення частини прибутку за кордон тощо) і наданням надійних гарантій інвесторам.

Особливістю загальнодержавного регулювання в Японії [125, с. 62-66] є використання системи соціально-економічних планів і науково-технічних програм як інструментів урядового регулювання плодоовочевих ринків. Планування при цьому має індикативний характер, тобто являє собою сукупність державних цільових програм, що орієнтують і мобілізують окремі ланки плодоовочевого виробництва на досягнення певних цілей та показників. Цікавим є також досвід використання Японією економічних важелів і стимулів заснованих на наданні податкових пільг та застосування прискореної амортизації [125, с. 63].

Державне регулювання економіки Франції [125, с. 52-57] є найбільш розвиненим порівняно з іншими західноєвропейськими країнами; воно здійснюється за допомогою інструментів контролю за цінами, податковою системою, кредитними відносинами, контролю за системою оплатою праці, нарахування амортизації прискореним методом тощо. Управління цінами на плодоовочевому ринку держава здійснюється з урахуванням трьох чинників: динаміки інфляції, наявності або відсутності на ринку конкуренції і соціальної значущості товарів. Використовують два методи ціноутворення: перший – безпосереднє встановлення ціни, другий – шляхом укладання угод про рівень цін зі спілками підприємців [126]. Наприклад, ціни на плодоовочеву продукцію формуються на ринку, але не мають перевищувати рівня, що узгоджений між державою і товаровиробниками.

Досить вдалим є досвід поєднанням ринкових відносин з державним регулюванням Швеції, де на підтримку плодоовочевих товаровиробників направлена спеціальна політика оподаткування та пільг. Також проводиться активна політика сприяння розвитку кооперації. Основними структурами тут виступають кооперативні агропромислові об’єднання [127]. Через кооперативи проходить понад 80% товарної плодоовочевої продукції. Важлива риса таких кооперативів – активна участь в управлінні всіх членів.

Від так, державне регулювання аграрного сектору у Західній Європі має економічне спрямування. Однією з найважливіших його функцій є

регламентування кількості та якості вироблюваної продукції; сприяння процесам кооперації та вертикальної інтеграції, що мають значний вплив на галузеву спеціалізацію виробництва плодоовочевої продукції і порядок забезпечення ними населення. Держава здійснює також контрольно-облікові функції (інспекція за якістю продукції, статистика). Органи державної влади ініціюють і стимулюють процеси соціальної перебудови села, шляхом ліквідації дрібнотоварного виробництва, перепідготовки кадрів, а також розробки та впровадження спеціальних програм розвитку сільських територій [128].

Підсумовуючи існуючі погляди на державне регулювання економіки та ринку, можна зробити наступні висновки. По-перше, абсолютизація державного впливу на економічні процеси та відмова від ринкових інструментів регулювання, як і полярна позиція, щодо відмови від регулювання з боку держави, є неприйнятними для забезпечення ефективного розвитку плодоовочевого ринку. По-друге, державне регулювання повинно забезпечувати умови для продуктивного функціонування всіх форм власності. По-третє, наведені аспекти підтверджують дієвість існуючих підходів та важелів державного регулювання у країнах з високим рівнем розвитку аграрного сектору, та можливість використання цих здобутків для формування та розвитку вітчизняного плодоовочевого ринку.

Висвітлюючи проблему державного регулювання плодоовочевої галузі країн Європейського Союзу деякі економісти [129, с. 162-169] зазначають, що втручання держави може мати не лише обмежуючий, а й дозвільний (сприяючий) характер. Законодавчі та нормативні акти дозволяють виробникам плодоовочевої продукції створювати колективні структури, що займаються реалізацією та формуванням цін, які в інших галузях розглядаються як обмеження конкуренції. Крім того, до функції державних органів входить затвердження сортів насіння і стандартів, регулювання рівня якості плодоовочевої продукції та продуктів її переробки, створення інформаційних служб, які сприяють розвитку ринку.

Дослідженнями встановлено, що механізм державного регулювання плодоовочевого виробництва країнами ЄС функціонує на наступних засадах:

1) забезпечення стабільного рівня цін на плодоовочеву продукцію власного виробництва. Основна ідея полягає у встановленні коридору цін на достатньо високому рівні для виробника при одночасно прийнятному для масового споживача. Для цього використовуються механізми дотування і субсидіювання виробників плодоовочевої продукції на основі застосування цільових цін, покликаних захистити внутрішні фермерські ціни від більш низьких світових цін. Цільові ціни в країнах ЄС встановлюються з метою визначення бажаного рівня ринкових цін [130]

2) встановлення обмежувальних обсягів виробництва плодоовочевої продукції, оскільки в умовах перенасиченості ринку цінового регулювання недостатньо, з метою запобігання зниженню доходів фермерів і надвиробництву. У країнах ЄС таке регулювання здійснюється у вигляді квотування – встановлення максимально допустимого обсягу виробництва плодоовочевої продукції кожним виробником. У рамках визначених квот фермери можуть виробляти і збувати продукцію за встановленими цінами. Перевищення встановлених квот карається податком, розмір якого, робить понад квотне виробництво збитковим [131, с. 22-26];

3) система пільгового кредитування, яка полягає у зниженні процентної ставки за користування кредитом, компенсацію певної частки кредиту державою, звільнення від сплати у перші роки отримання позики, подовження строку погашення кредиту. Здешевлення кредиту досягається шляхом: встановленням наперед умовленої частки держави в компенсації відсоткової ставки; через обумовлену постійну норму державного відшкодування, що не залежить від коливання ставки по кредиту; встановленням фіксованої частки відсоткової ставки, що сплачує фермер, а решта сплачується державою;

4) податкова форми фінансової підтримки, що надається фермерам, які беруть участь у виконанні державних програм розвитку плодоовочівництва за умови, дотримання встановлених вимог та умов. Порушення цих вимог

карається не лише позбавленням можливості отримання на строк від 5 до 10 років, а й сплатою штрафних санкцій;

5) система державної фінансової підтримки виробників плодоовочевої продукції, через надання їм дотацій на закупівлю елітного насіння, екологобезпечних засобів захисту рослин, модернізацію виробничого обладнання на інноваційній основі тощо [132];

6) захист внутрішнього ринку від іноземних конкурентів. Незважаючи на курс лібералізації, рівень митно-тарифного захисту внутрішнього продовольчого ринку і плодоовочевого зокрема, у країнах ЄС значно вищий вітчизняного [133, с. 58-61]. Високе значення максимальних тарифів на плодоовочеву продукцію у країнах ЄС є результатом застосування тарифних квот. Для імпорту в межах тарифних квот використовуються імпортні ліцензії. Цей режим встановлює додаткові нетарифні бар'єри для українського експорту. Крім того, рівень нетарифного захисту в країнах ЄС значно вищий, ніж в Україні. Зокрема, це стосується технічних бар'єрів у торгівлі, встановлених країнами ЄС, що регулюють процедури пакування, маркування, переробки та виробництва і характеристики кінцевого продукту [134, с. 91-102].

Рівень захисту ринку країн ЄС санітарними та фітосанітарними заходами контролю є одним із найвищих у світі. Діяльність щодо забезпечення безпечності плодоовочевої продукції охоплює всі продовольчі ланки від здоров'я рослини до маркування кінцевих продуктів. Країнами ЄС активно використовуються експортні субсидії для просування продукції своїх виробників на зовнішні ринки. Крім того, досить дієвими є спеціальні захисні заходи, передбачені в Угоді про сільське господарство СОТ, для захисту своїх виробників від зростання обсягів імпорту та зниження цін [135, с. 65-69].

У цьому контексті корисним для України є досвід країн ЄС, у яких державне регулювання плодоовочевого виробництва, дієва підтримка доходів товаровиробників, та їх державний захист посідають вагоме місце в соціальній та економічній політиці. На відміну від саморегулювання ринку, аграрна політика країн ЄС передбачає застосування адміністративних важелів впливу

на плодоовочевий ринок, з метою досягнення результатів, яких він нездатний досягати самостійно. При цьому дана політика коригується згідно з цінностями визначеними відкритими ринковими силами [136].

Виходячи з цього і пропонуємо механізм формування спільного плодоовочевого ринку в ЄС (рис. 1.10). Ключовими елементами якого є: регулювання внутрішнього ринку і зняття обмежень на кордонах.

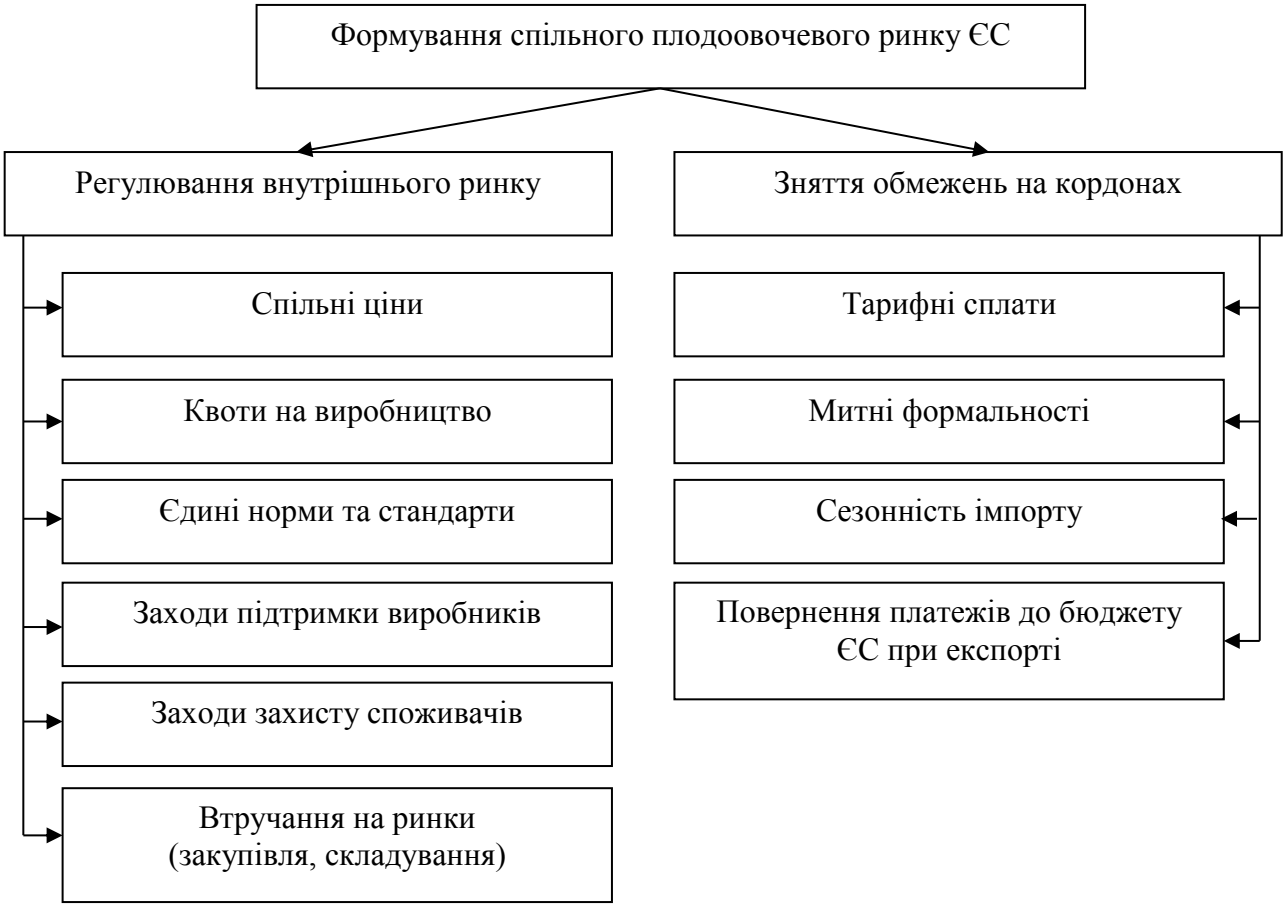


Рис. 1.10. Основні елементи формування спільного ринку України з країнами Європейського союзу

Джерело: узагальнено та доповнено автором на основі [137, с. 32]

Спільна аграрна політика ЄС здійснюється шляхом прийняття відповідних директив і фінансується за рахунок бюджету співтовариства через Європейський сільськогосподарський регулятивний і гарантійний фонд (ЄСРГФ) – EAGGF (European Agricultural Guidance and Guarantes Fund) [138].

Слід зауважити, що конкуренція у її чистому вигляді на ринку плодоовочевої продукції цієї спільноти практично відсутня. Окремі вчені навіть

стверджують, що систему державного регулювання, яка склалася, у країнах ЄС, важко назвати ринковою [139, с. 126]. При такій системі регулювання, переважно, йде мова про обмеження впливу неконтрольованої ринкової конкуренції, проектоване державою виробництво та різні форми регулювання, що стабілізують і систематизують функціонування плодоовочевих ринків.

Реальні масштаби регулювання здебільшого залежать від рівня розвитку економіки, збалансованості попиту і пропозиції на ринках. Державне регулювання плодоовочевого бізнесу в економічно розвинутих країнах ведеться за напрямами: регулювання цін і фермерських доходів; бюджетне фінансування; кредитування; оподаткування; стабілізація ринку плодоовочевої продукції [140]. Керуючись безперервним аналізом рівня державної підтримки аграрного сектора, майже всі західні країни дотримуються принципу протекціонізму у зв'язках сільського господарства з іншими галузями, у питаннях експорту та імпорту сільськогосподарської сировини та продовольчих продуктів [141]

Досвід державного регулювання продовольчого комплексу в Європейських країнах свідчить про принципово нову схему взаємодії держави і господарських суб'єктів. Цей підхід пов'язаний з прямим вирішенням економічних проблем через створення ефективних, прозорих інструментів регулювання.

У країнах ЄС та США мають місце тенденції до лібералізації плодоовочевої галузі [142]. Проте, зменшення підтримки виробників плодоовочевої продукції і зниження рівня захисту внутрішнього ринку стало можливим лише після досягнення належного рівня самозабезпечення цих країн в зазначеній продукції. У ринкових умовах для України цікавими є не лише діючі у провідних країнах механізми регулювання плодоовочевого сектора, але й ті, які використовувалися ними на більш ранніх етапах розвитку даного сектора економіки, наближених до його сучасного вітчизняного стану [143].

На сучасному етапі розвитку галузі плодоовочівництва США, внутрішні ціни на продукцію регулюються, переважно, заходами митно-тарифної

політики через механізми тарифів і квот, які лімітують імпорт овочів та фруктів. Квоти встановляються на основні товари плодоовочевого імпорту. Попит на продукцію підтримується товарно-кредитними кооперативами, які закуповують овочі та фрукти мінімально встановленими законодавством цінами. Після чого частина продукції направляється на переробні підприємства, інша – на експорт. При цьому, експорт овочів, плодів та ягід підтримується і контролюється державою [144, с. 12-13]

Крім того, заслуговує на увагу система підвищення конкурентоспроможності галузі плодоовочівництва у США на основі забезпечення стабільності діяльності фермерських господарств – виробників овочів та фруктів, шляхом фінансування останніх фермерськими сільськогосподарськими службами (FFAS). Основними завданнями FFAS у галузі плодоовочівництва є: розширення та підтримка експортних можливостей виробників; сприяння економічному розвитку і зростанню торговельного потенціалу галузі; удосконалення систем санітарних та фітосанітарних заходів з метою сприяння збуту продукції; розширення можливостей внутрішнього плодоовочевого ринку; забезпечення фермерів інструментами управління ризиками та фінансовими інструментами; підвищення якості ґрунтів для підтримка продуктивності орних земель [145, с. 11-15].

У період інтеграції вітчизняного ринку плодоовочевої продукції до Європейських та світових стандартів, основним критерієм впровадження нових бізнес-проектів є відкритість та державна підтримка [146]. А тому, щоб подолати негативні тенденції в розвитку ринку плодоовочевої продукції, необхідно, насамперед, посилити державне регулювання ринкових відносин, підвищити ефективність використання ресурсів, розширити державну допомогу господарствам. Держава повинна здійснювати регулювання ринку плодоовочевої продукції, в першу чергу, через цінову та кредитно-податкову політику.

Головною проблемою сучасного розвитку плодоовочевої галузі у багатьох країнах є неефективність обміну між промисловістю і сільським

господарством, що отримала назву «диспаритет цін» [147]. Цінова політика держави тільки тоді є ефективною, коли ціни на плодоовочеву продукцію здатні забезпечити достатні темпи розширеного відтворення виробництва, а прибуток на вкладений капітал буде не нижчим, ніж за інших можливих напрямів його використання. Як свідчить досвід розвинутих країн і вітчизняна практика, ринкова економіка не спроможна забезпечити саморегулювання цін на плодоовочевому ринку, тому об'єктивно необхідним є втручання держави в механізм ринкового ціноутворення.

Найпоширенішими механізмами регулювання цін на плодоовочеву продукцію у світі є наступні:

- створення буферних запасів (держава закуповує плодоовочеву продукцію, якщо ціни на неї занадто низькі і постачає на ринок створені запаси при підвищенні цін [148]. Цей механізм не має прямого впливу на ціну, він лише призводить до ущільнення вершин коливань цін в обох напрямках);
- закупівля з метою підтримки цін на плодоовочеву продукцію (держава або повністю призупиняє продаж продукції на внутрішньому ринку, або зводить його до мінімуму, тим самим здатна забезпечуючи фермерам довготермінові високі ціни. Проте, використання цього механізму призводить до зростання державних запасів, що інколи вимагає фізичного знищення продукції);
- субсидіювання експорту з метою підтримки цін на внутрішньому ринку на високому рівні (проте, застосування цього механізму має декілька негативних наслідків: зростання споживчих цін, бюджетні витрати для країни, що запровадила цей механізм, зниження рівня світових цін і, як наслідок, виникнення напруги між окремими країнами - найбільшими експортерами певного виду продовольчої сировини) [149];
- обмеження імпорту (також спрямовано на підтримку високих цін на внутрішньому ринку, що, з одного боку, сприяє зростанню пропозиції, а з іншого - призводить до зниження попиту. Невідповідність між попитом і

пропозицією викликає необхідність застосування попереднього механізму з усіма його негативними наслідками);

- компенсаційні платежі (застосовуються при необхідності підтримки попиту на продукцію плодоовочевого виробництва [150]. Виробники отримують прямі компенсаційні платежі у разі суттєвого падіння ринкових цін, що забезпечує їм відповідний рівень рентабельності).

Особливістю регулювання цін на плодоовочеву продукцію у країнах з ринковою економікою є встановлення мінімального граничного рівня для ринкових цін, нижче якого вони не можуть знижуватися. У розвинутих країнах регулювання цін на плодоовочеву продукцію і фермерських прибутків передбачає організацію спостереження за динамікою низки економічних показників, у числі яких:

- витрати виробництва по групах спеціалізованих господарств (у країнах ЄС) чи по видах виробництва (у США);
- паритет цін на засоби виробництва і на плодоовочеву продукцію;
- прибутковість ферм і галузей плодоовочевого виробництва [151].

Як інструменти державної політики та регулювання цін на зарубіжних ринках реалізуються також програми, які мають на меті прямі та непрямі форми підтримку доходів виробників плодоовочевої продукції (рис 1.11), зокрема застосування програми компенсаційних платежів, гнучких виробничих контрактів, страхування.

Програма компенсаційних платежів сприяє підвищенню доходів товаровиробників, захищаючи їх від коливань кон'юнктури ринку. Такий досвід є особливо актуальним для України в сучасних умовах. Уведення компенсаційних платежів по основних видах плодоовочевої продукції, дозволило б знизити собівартість продукції тваринництва і птахівництва, а отже, і ціни на молочні продукти, м'ясо, яйця; сприяючи зростанню рівня споживання цих продуктів [153].

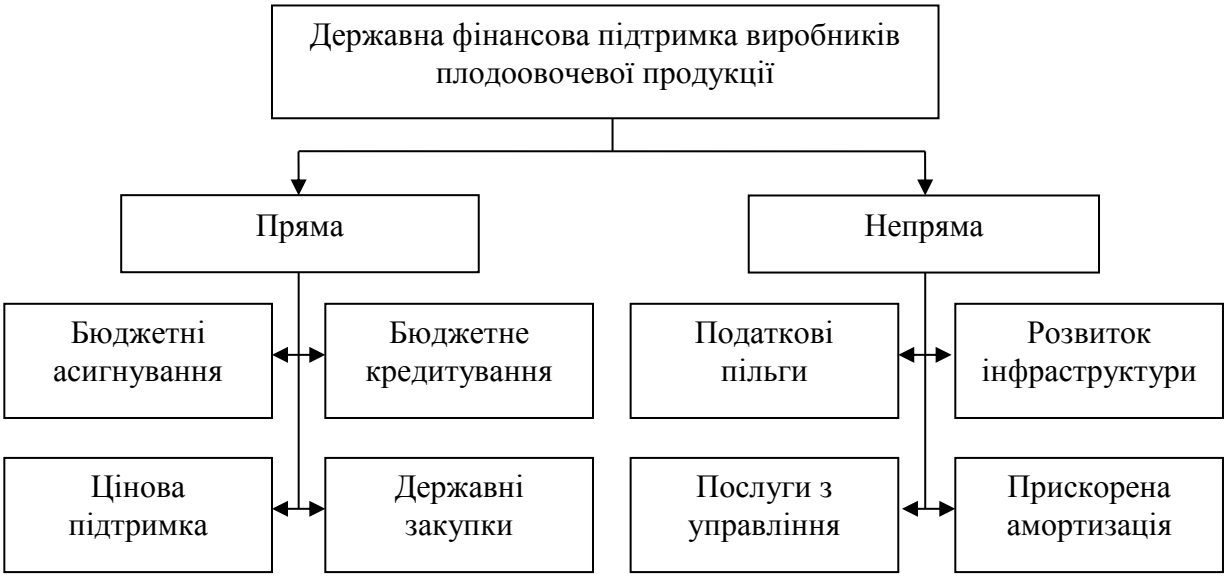


Рис. 1.11. Основні форми державної фінансової підтримки вітчизняних виробників плодоовочевої продукції

Джерело: узагальнено та доповнено автором на основі [152, с. 322]

Однак подібні заходи в масштабах України можливі лише як складова аграрної політики держави. Компенсації вітчизняним виробникам, аналогічні тим, що використовуються в США, можуть бути впроваджені з одночасним наданням права Міністерству аграрної політики визначати орієнтовні ціни на основі сформованої середньої собівартості основних видів плодоовочевої продукції, що забезпечило б необхідний рівень продовольчої безпеки по зонах. Для цього доцільно створити служби моніторингу та виділити компенсаційні кошти у видатковій частині державного бюджету.

На сьогодні, спостерігається тенденція до лібералізації аграрної політики країн-постачальників плодоовочевої продукції на світовий ринок, проте обсяги державної підтримки виробників у цих країнах залишаються суттєвими. Так, наприклад, у країнах із розвинутою ринковою економікою рівень державних субвенцій плодоовочевої галузі за моделлю ЕПС (еквівалент продуктивних субвенцій у відсотках до вартості продукції) становить у Швейцарії близько 73%, Норвегії – 70, Японії – 63, країнах ЄС – 45% [154]. Європейський Союз має намір вкласти майже 35 млн євро у кампанію просування плодоовочевої

продукції 2014 року – по 16 програмах для 12 країн-членів ЄС. Загальний бюджет цих програм складатиме 62,1 млн євро. До програми просування, в першу чергу, входять овочі, фрукти, а також органічна продукція [155]. Поряд з цим, незначні розміри вітчизняного бюджету порівняно з європейськими країнами не дають змогу застосувати повноцінну аграрну політику, аналогічну Європейській.

Важливе значення при регулюванні плодоовочевого ринку має податкова політика. Податкова система країн Заходу досить складна, тому для вітчизняної економіки допустимі лише основні принципи оподаткування плодоовочевої галузі цих країн [156]. У багатьох країнах податкова система не орієнтована на стягнення ПДВ для плодоовочевої продукції, і такі товари фактично не підлягають оподаткуванню: реалізується принцип, що податок на додану вартість має сплачуватися не на кожному етапі розподілу продукту, а на його кінцевій стадії, коли товар набуває остаточної вартості.

В Україні доцільно застосовувати на регіональному рівні таку форму податків на продовольство, як податки з продажу окремих видів готової продукції з метою формування фондів розвитку сільського господарства та переробної промисловості, захисту малозабезпечених верств населення, соціальних виплат населенню регіону за рахунок фіскальних фондів.

У сучасних економічних умовах для України важливе значення має розвиток науко- та інформаційно містких галузей і тих видів виробництва, які б забезпечили прискорені темпи розвитку економіки в цілому. З огляду на це стратегічним напрямом розвитку сільського господарства повинно стати підвищення його ефективності шляхом запровадження заходів державної підтримки галузі, які відносяться до «зеленого кошика» за класифікацією Угоди про сільське господарство Уругвайського раунду переговорів у рамках СОТ [157]. Зараз Україна узгодила з Робочою групою СОТ понад 95 % тарифів по сільськогосподарській продукції однак, слід зауважити, що як член СОТ Україна підпадатиме під усі обмеження щодо застосування протекціоністських інструментів аграрної політики, оскільки в минулому

Україна не застосовувала експортних субсидій, для неї як для члена СОТ буде встановлений дуже низький ліміт їх застосування (цілком можливо, що нульовий).

Як показав досвід перших років перебування в СОТ, вітчизняні товаровиробники, об'єктивно не можуть, конкурувати поряд з більш розвиненим та ефективним господарюванням, яке до того ж субсидується на значно вищому рівні [158]. Тому вважаємо за доцільне проведення у галузі плодоовочівництва реформ, направлених на удосконалення державного регулювання процесу виробництва вітчизняної продукції. Одним із нагальних заходів, на нашу думку, має бути забезпечення паритетності цін, шляхом стабілізації їх на плодоовочеву сировину і доходів її виробників відносно динаміки цін і доходів у заготівельній і переробній сфері економіки.

Необхідно зменшити рівень монополізації переробних і заготівельних підприємств плодоовочевого підкомплексу, які нині встановлюють ціну на плодоовочеву сировину, оскільки виробники не мають можливості займатися її зберіганням і переробкою. Відтак, потребує удосконалення механізм встановлення закупівельних цін на сировину. Користуючись досвідом обчислення паритетних цін у США, необхідно визначити базовий період для України, коли було досягнуто максимальної еквівалентності обміну між сільським господарством та іншими сферами. Після чого розрахувати значення частки закупівельної ціни плодоовочевої сировини у роздрібній ціні плодоовочевої продукції. у даному періоді. Отриманий результат порівняти з рівнем роздрібних цін на плодоовочеву продукцію і таким чином розрахувати розмір закупівельної ціни на сировину.

Механізм надання дотацій виробництву, заготівлі та переробки плодоовочевої продукції має формуватися на основі дотримання суб'єктами господарювання (виробниками овочів та фруктів, заготівельними кооперативами плодоовочевого напрямку, переробними підприємствами) певних вимог та умов [159]. Запровадження даного механізму сприятиме: розвитку виробництва продукції інтенсивним шляхом (підвищення

урожайності плодоовочевих культур); удосконаленню якісних характеристик продукції та зниженню її собівартості (за рахунок раціонального використання виробничих ресурсів); забезпеченню переробних підприємств плодоовочевою сировиною; відновленню великотоварного виробництва.

На наш погляд, враховуючи світовий і вітчизняний досвід, система державного регулювання плодоовочевого ринку повинна охоплювати організаційні й економічні напрями впливу. Перспективна модель системи державного регулювання плодоовочевого ринку наведена на рис. 1.12.

Рис. 1.12. Перспективна модель системи державного регулювання вітчизняного ринку плодоовочевої продукції

Джерело: узагальнено та доповнено автором на основі [152, с. 322]

Зокрема, економічні напрями регулювання плодоовочевого ринку мають включати: складання балансів плодоовочевих ресурсів, їх оптимізація; врівноваження попиту і пропозиції; врегулювання та підтримка пропозиції шляхом здійснення резервних, заставних та регіональних закупівель і продажу продукції; митно-тарифне регулювання експортних та імпортних операцій; підтримка кредитування виробництва окремих видів плодоовочевої продукції; цінова підтримку стратегічно важливих видів продукції; бюджетна підтримка експорту (застосування експортних субсидій і програм розширення експорту).

До організаційних напрямів регулювання плодоовочевого ринку належать: створення системи державних інституцій з регулювання ринку; розвиток ринкової інфраструктури; формування нормативно-правової бази та інформаційного забезпечення; створення міжвідомчих і регіональних погоджувальних комісій з питань врегулювання міжгалузевих відносин; проведення моніторингу та прогнозування змін кон’юнктури ринку; посилення контролю за якістю та безпечністю плодоовочевої продукції; запровадження стандартів та правил сертифікації продукції; щомісячне декларування запасів продукції плодоовочівництва тощо.

Таким чином, в умовах розвитку ринкової економіки державне регулювання як аграрного сектора загалом, так і плодоовочевого ринку зокрема, повинно здійснюватися відповідно до системи управління соціально-економічними процесами за допомогою перевірених світовою практикою економічних і правових важелів: цін і тарифів, податків, кредитів, цінних паперів, амортизаційної політики, пільг, державного замовлення і контракту, субсидій, субвенцій тощо. Ці важелі використовуються як прямі і опосередковані регулятори на плодоовочевому ринку і сприяють ефективному його розвитку.

1.3. Методологічні та методичні аспекти оцінки функціонування ринку плодоовочевої продукції

Вивчення ринку плодоовочевої продукції ґрунтується на методології, яка вважається системою теорій, принципів та правил наукового дослідження. З наукової точки зору, методологія є складним та багатоступеневим формуванням, яке включає ряд методів, пізнавальних процедур та операцій, за допомогою яких здійснюється глибоке і всебічне дослідження явищ і процесів.

Теоретичну і методологічну основу формування і розвитку ринку плодоовочевої продукції становлять діалектичний метод пізнання, економічна теорія, основні засади ринкової економіки, концепція розвитку плодоовочевої галузі, наукові розробки вітчизняних вчених з питань формування регіональних ринків. Функціонування ринку плодоовочевої продукції ґрунтується на принципі взаємозв’язку та розвитку економічних явищ. Одним із напрямів наукового дослідження є системний підхід, згідно з яким плодоовочевий ринок розглядається як цілісна система, що об’єднує сукупність взаємопов’язаних елементів в єдине ціле. Сукупність елементів та спосіб їх поєднання визначають структурну побудову системи плодоовочевого ринку.

Функціонування плодоовочевого ринку в Україні вимагає застосування відповідної методологічної і методичної бази, заснованої на аналізі поточної ринкової ситуації, дослідження змін кон'юнктури, визначення впливу окремих факторів на функціонування ринку та здійснення на цій основі ефективного регулювання і прогнозування його розвитку [160].

Для пояснення характеру впливу окремих процесів на основні параметри ринку, досить часто користуються економічними категоріями і показниками, що засновані на розрахунку економічної ефективності виробництва: продуктивність, собівартість, рентабельність тощо [161]. Проте, використання цих показників не враховує закономірності розвитку ринку в умовах сучасної економічної системи.

Сучасні методологічні підходи засновані на оцінці особливостей функціонування ринкових структур мають розгалужену класифікацію, в основі якої лежать різні розмежувальні критерії. Очевидно, що вид ринку визначається передусім асортиментом продукції, який на ньому реалізується чи купується [162]. Крім предметних, ринки класифікують також за особистісними [163], просторовим (регіональним) [164] і часовими ознаками [165]. Для характеристики ринку використовують також його кількісні та якісні параметри, фактор доступності, організованості, регулювання [166].

Методологія оцінки функціонування плодоовочевого ринку здійснюється у двох площинах. По-перше, для характеристики економічних процесів ринку використовують методи і моделі, розроблені за часів планової економіки, які не завжди, достатньо точно розкривають зміст досліджуваних явищ, та, по-друге, методологічні прийоми і показники напрацьовані представниками західної економічної школи в умовах ринкових відносин. Останнє, досить часто, унеможливлює їх використання в Україні, де процес формування цивілізованого ринкового середовища ще триває. А, окремі аспекти даної проблематики зумовлюються різною методологічною основою розрахунку деяких показників, або, і відсутністю достатньої інформаційної, нормативної та статистичної бази для їх застосування.

Зокрема, офіційна вітчизняна статистика на відміну від країн Європейського Союзу не охоплює даних про споживання плодоовочевої продукції на душу населення за видами (морква, помідори, огірки, цибуля, капуста тощо) [167], водночас досить обмежена статистика також про щомісячні обсяги виробництва і реалізації плодоовочевої продукції в особистих селянських господарствах населення. Відсутність такої інформації обмежує можливості аналізу співвідношення попиту і пропозиції на ринку, його достовірності. Зазначені, показники розраховують на основі наближених розрахунків, шляхом проведення моніторингу плодоовочевого ринку тощо.

Крім того, методологічна база оцінки функціонування аграрного ринку в Україні має певні особливості. А методологічний аспект функціонування

плодоовочевого ринку ґрунтується на врахуванні принципів, спільних для усього процесу розвитку аграрного ринку:

- оптимального поєднання макроекономічного регулювання і мікроекономічного саморегулювання;

- цілісності ринку, який функціонує в умовах дії економічних законів – попиту, пропозиції, конкуренції, граничної корисності, економічної рівноваги;

- підвищення економічної ефективності виробництва;

- державного регулювання, заснованого на активній інвестиційній політиці, застосування дотаційного механізму, регулювання банківських ставок по кредиту, формування нормативно-правової бази тощо;

- ефективного ціноутворення, на основі визначення суспільної корисності і споживчої вартість товару;

- соціальної спрямованості - забезпечення позитивних соціальних змін у доходах і рівнях споживання плодоовочевої продукції населенням.

Слід відмітити, що єдиних законів і чітких алгоритмів вивчення плодоовочевого ринку не існує. Заслуговують на увагу методики вивчення ринку, систематизовані у таблиці 1.2.

Для дослідження ринку плодоовочевої продукції пропонуємо використання методики, яка включає наступні етапи:

1) визначення структурних характеристик ринку;

2) аналіз показників попиту та вивчення його еластичності;

3) оцінка основних параметрів та визначення обсягу пропозиції на ринку;

4) визначення умов оптимального співвідношення попиту та пропозиції на плодоовочевому ринку та факторів, що на них впливають;

5) аналіз і оцінка ринкової кон'юнктури;

6) визначення місткості ринку та його сегментування;

7) аналіз конкурентного середовища;

8) дослідження цінових параметрів розвитку ринку;

9) розрахунок рівня забезпеченості власним виробництвом плодоовочевої продукції на внутрішньому ринку.

Таблиця 1.2

Методики дослідження ринку плодоовочевої продукції та їх основні етапи

Автори	Методики
Абрамова Г.П., Жигалін М.М.	1) аналіз і оцінка кон'юнктури ринку, вивчення діяльності конкурентів; 2) оцінка розмирів основних параметрів ринку конкретного товару, визначення його обсягу; 3) прогнозування попиту, вивчення його еластичності й комерційного ризику; 4) аналіз власних можливостей регіонального ринку; 5) інформаційно-аналітичне обґрунтування стратегічного планування діяльності підприємства
Дихтель Е., Хершген Х.	1) вивчення структури ринку й обсягів продаж а ньому; 2) дослідження товару; 3) вивчення коливань ціни; 4) аналіз методів просування товару; 5) діагностика доставки товару до споживача; 6) вибір методу дослідження та контроль надійності результатів проведеного аналізу
Рябчик І.В., Чоботар С.І., Шевчик М.Г.	1) попереднє вивчення проблеми (з вирішенням питання про характер і напрями дослідницької роботи); 2) складання програми проведення дослідження; 3) визначення генеральної та вибіркової сукупність; 4) дослідження чинників, що впливають на поведінку учасників ринку; 5) вибір методів дослідження; 6) збір та аналіз даних, які є базовими для усієї дослідницької діяльності; 7) аналіз і оцінка даних, яка передбачає накопичення, систематизацію та аналіз дослідницького матеріалу; 8) підготовка й подання звіту про результати проведеного дослідження

Джерело: узагальнено та доповнено автором на основі [170]

Вивчення ринку передбачає, насамперед, вивчення і систематизацію його складових. Функціонування плодоовочевого ринку як системи безпосередньо пов’язано з такими елементами: попитом, пропозицією, ринковою ціною, еластичністю попиту та пропозиції, кон’юнктурою і потенціалом ринку, його місткістю та насиченістю [168].

Засади будь-якої ринкової системи формують категорії попиту, пропозиції та ціни. За визначенням відомого німецького філософа, економіста К. Маркса, попит відображує потребу у товарах, а пропозиція – продукт, що перебуває на ринку або може бути доставлений до нього [169].

К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю під попитом розуміли кількість продукту, яку готові й спроможні придбати споживачі за конкретною ціною на протязі певного часу. Від так, пропозицією вони називали шкалу, яка позначає різноманітні обсяги продукції (дійсні та бажані) [170].

Слід зауважити, що сумарна величина попиту усіх споживачів на ринку плодоовочевої продукції, яка включає кількість і вартість купованих продуктів, утворює ринковий попит. Загальна ж кількість запропонованих усіма продавцями товарів – ринкову пропозицію. Попит являється формою ринкового прояву певної потреби (забезпеченої грошовими засобами) або платоспроможної потреби (рис. 1.13).

Рис. 1.13. Перетворення потреб споживачів у складові ринкового попиту

Джерело: узагальнено та доповнено автором на основі [171, с. 32]

Розрізняють дві складові попиту: потребу (потенційний попит) і купівельну спроможність (платоспроможний попит) [171; 172, с. 63; 173, с. 37; 174, с. 114]. Категорію попиту на плодоовочеву продукцію, з економічної точки зору, характеризує показник середнього рівня її споживання на душу населення.

Показники попиту, розглянуті на прикладі ринку плодоовочевої продукції, включають:

- показники первинного попиту – обсяги закупівель продукції у свіжому вигляді за певний період часу (рік, квартал, місяць тощо) заготівельними організаціями і переробними підприємствами;

- обсяг імпорту плодоовочевої продукції;

- обсяг споживання – визначається обсягами споживання на душу населення і виробничим споживанням; виробниче споживання вимірюється обсягами плодоовочевої продукції, що використовується у непродовольчих цілях: на промислові потреби і корм;

- раціональний рівень споживання, вимірюється у натуральному вигляді. Методологічною основою для його розрахунку є науково обґрунтована норма споживання продукції на душу населення. Критичний рівень споживання – визначається на основі норми фізіологічного мінімуму споживання, розробленої Інститутом гігієни харчування України. Фактичний рівень споживання – фактичне споживання на душу населення за видами плодоовочевої продукції [176].

Однак, найбільш впливовим є платоспроможний попит, який характеризується абсолютними та відносними показниками: абсолютні розміри доходів населення та їх динаміка, величина на одну особу, достатність для забезпечення харчування населення за науково обґрунтованими нормами, територіальна та групова диференціація.

Стосовно попиту базовими умовами ринку є низька еластичність попиту на плодоовочеву продукцію, що зумовлює низьку еластичність цін, залежність від фізіологічних потреб, обмеженість обсягів попиту низькою купівельною спроможністю населення, зростання попиту на продукцію органічного виробництва, вплив мінливої кон’юнктури світових ринків.

Попит (або споживання) є рушійною силою ринку плодоовочевої продукції. Він характеризує можливості продажу (тобто обсяги плодоовочевого виробництва), а його забезпечення здійснюється через ринок. Необхідно зазначити, що попит на продукцію плодоовочівництва відображує потреби

суспільства у цілому і формується із двох його складових – споживання виробничого та особистого.

Пропозиція, у свою чергу, формується на основі запасів продукції та її надходження з різних джерел (основним є виробництво). Основними показниками аналізу пропозиції на плодоовочевому ринку є:

- первинна пропозиція на сировинному ринку, вимірюється об'ємами реалізації за певний проміжок часу (рік, квартал, місяць) плодоовочевої продукції підприємствами, господарствами населення та ін.;

- вторинна пропозиція – визначається обсягами переробленої за певний період часу плодоовочевої продукції підприємствами різних форм власності;

- обсяг експорту і початкові запаси свинини.

У свою чергу, розмір первинної пропозиції залежить від обсягу виробництва (вирощування) плодоовочевої продукції. Співвідношення між ним і розміром первинної пропозиції буде характеризувати, з точки зору виробництва, приріст, зменшення і незмінність товарних ресурсів за певний проміжок часу на ринку. Об'єми представленої плодоовочевої продукції на ринку напряму залежать від показників економічної ефективності виробництва у галузі [177].

Стосовно пропозиції, найбільш впливовими базовими умовами є сезонний характер виробництва, залежність від природно-кліматичних умов, які зумовлюють нестабільність доходів виробників. Крім того, для України специфічними базовими умовами є незавершеність земельної реформи, розпорошеність плодоовочевого виробництва, низька технічна оснащеність підприємств і несучасні технології.

Нецінові фактори впливу на обсяги попиту і величину пропозиції плодоовочевої продукції наведені у таблиці 1.3.

При цьому зміни обсягів попиту викликані дією взаємопов'язаних зовнішніх і внутрішніх нецінових чинників. Внутрішні, у свою чергу, впливають на зміни структури попиту, а зовнішні – на його обсяг.

Таблиця 1.3

Нецінові фактори впливу на обсяги потреб й величину пропонування на ринку плодоовочевої продукції

Фактори попиту		Фактори пропозиції
внутрішні	Зовнішні	
– величина споживчого бюджету (грошові доходи споживачів); – потреби споживачів (смак, мода тощо); – кількість споживачів; – рівень задоволення потреб у даному виді продукції; – наявність і ціна на взаємозамінні (субститути) і взаємодоповнюючі товари (комплементи); – вплив маркетингової діяльності	– очікування споживачів (щодо зміни доходів, цін, наявності продукції, інфляції тощо); – конкурентоспроможність; – природно-кліматичні особливості; – сегментаційна структура споживачів; – розширення або звуження кредиту; – вплив уряду (державні закупки, регламентація продукції та процесів, система інформування споживачів, нові стандарти, зарубіжна допомога та інше)	– очікування споживачів (щодо зміни доходів, цін, наявності продукції, інфляції тощо); – рівень технології виробництва; – ціни виробничих ресурсів; – вплив держави; – ціни на взаємопов’язану продукцію; – погодні умови; – тривалість часового періоду; – кількість конкурентів на ринку; – вплив маркетингової діяльності

Джерело: узагальнено та доповнено автором на основі [177]

Будь-який ринок, у т.ч. й ринок плодоовочевої продукції, діє на основі законів попиту і пропозиції. Іншими словами, обсяг платоспроможного попиту має тенденцію до зростання при зменшенні ціни, та падіння – при її підвищенні [178]. Тобто обсяг попиту знаходиться в оберненій залежності від ціни, а величина пропозиції, навпаки, зростає разом із ціною й характеризується прямою залежністю від неї.

Ринок плодоовочевої продукції визначається відносно гарантованим рівнем попиту, оскільки його споживачами є все населення України. В основі його розрахунку фізіологічна потреба людини; разом з тим, споживання обмежено фізіологією людського організму. Пропозиція ринку плодоовочевої продукції, повинна відповідати потребам населення у продуктах харчування.

Необхідно зазначити, що на структуру споживання плодоовочевої продукції, крім вищенаведених факторів, мають вплив і загальноекономічні:

рівень доходів населення, показники розвитку економіки, у т.ч. аграрного виробництва і промислових підприємств.

Вчені пропонують різні точки зору щодо перспективи впливу на обсяги виробництва та споживання плодоовочевої продукції [180, с. 114-115]. Деякі автори вважають, що обсяги виробництва і якість продукції можна реально змінювати. Проте, на нашу думку, ці зміни у короткостроковому періоді обмежуються технологічними можливостями устаткування, фінансовими ресурсами підприємств, наявністю робочої сили тощо. Водночас, основним обмежуючим чинником виробництва плодоовочевої продукції є споживання.

Деякі дослідники [181] наголошують на можливості взаємного впливу обсягу попиту на величину пропозиції плодоовочевої продукції, який виражається у прихильності споживачів до певних торговельних марок. Проте, відсутність продукції конкретних товаровиробників призводить до того, що споживач обирає інший із запропонованих товар. Співвідношення же між категоріями попиту та пропозиції викликає структурні зрушення у виробництві, впливає на рівень і динаміку цін, міжгалузеве і міжрегіональне переливання капіталу, переміщення виробничих ресурсів тощо.

При цьому характеристикою такого співвідношення виступає кон'юнктура ринку, яка визначає економічну ситуацію на ринку у певний проміжок часу [182; 183, с. 105]. Ринкова кон'юнктура є ключовим фактором формування доходів товаровиробників. Внаслідок її впливу спостерігається розширення площ вирощування найбільш рентабельних культур і відповідно скорочення обсягів економічно невигідних [184; 185].

В цілому кон’юнктуру плодоовочевого ринку, оцінюють за допомогою системи показників, які характеризують ті чи інші сторони її прояву (додаток Б). У процесі дослідження кон’юнктури ринку вивчають і оцінюють коливання попиту під впливом природно-кліматичних, економічних, соціально-побутових і демографічних чинників [186].

При встановленні співвідношення обсягу попиту та пропозиції на товар, на ринку спостерігаються дві протилежні ситуації, які виокремлюють «ринок

продавця» й «ринок покупця». У кожному з наведених випадків суб'єкти ринку змінюють власні наміри. Показником ступеню досконалості ринку є ціна. Чим швидше вона установлюється, тим досконалішим являється ринок. Проте, така збалансованість чи повний збіг попиту й пропозиції – короткотривале явище, яке швидко порушується.

А відтак, попит на овочі та фрукти – досить гнучке явище, яке реагує на різні обставини. Під час дослідження ринку особливу увагу слід приділити оцінці цінової еластичності попиту. На думку англійських вчених Р.С. Піндайка і Д.Л. Рубінфельда [187], еластичність є мірою реагування однієї змінної величини внаслідок одновідсоткової зміни іншої змінної величини. Отже, еластичність попиту і пропозиції пояснює міру змінності величини попиту та обсягу пропозиції залежно від зміни чинників, що впливають на них.

Своєчасний розрахунок коефіцієнтів еластичності виробниками, дозволяє передбачити коливання цін на продукцію або обсяги її реалізації, прогнозувати подальший розвиток галузі, доходи підприємства, визначати стратегію й тактику його діяльності.

Однак, виключенням, з даного принципу є неприйнятність його застосування при значних інтервалах змін ціни і попиту. У такому випадку, доцільно обрати іншу з запропонованих методик. Крім того, П.Е. Самуельсон [190, С. 292] для оцінки еластичності попиту та пропозиції за ціною пропонує застосовувати єдину формулу:

$$E = \frac{\text{Відсоткове зростання Q}}{\text{Відсоткове зниження P}} \qquad (1.1)$$

де, Q – кількість товару,

P – ціна на нього.

Ринку плодоовочевої продукції в цілому відповідає нееластичність попиту, що пов'язана, передусім, з існуванням біологічної межі споживання продуктів. Проте, слід враховувати, що дія фактору заміщення товару викликає неоднаковість величини коефіцієнту еластичності попиту за різними видами плодоовочевої продукції. Це зумовлює протилежні економічні наслідки цінових

змін на ринку. Наприклад, у несприятливі для вирощування певної продукції роки виробник може отримати вищий дохід, ніж у періоди з оптимальними погодними умовами.

Слід враховувати, що у різних регіонах показники еластичності попиту на продовольство (через різний рівень доходів населення та структуру аграрного виробництва) суттєво відрізняються. Оцінка показника еластичності попиту на аграрну продукції проведена вітчизняними економістами на національному ринку за доходами населення [174] і наведена у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Еластичність попиту за доходами населення на окремі види сільськогосподарської продукції

Значення коефіцієнту еластичності	Види аграрної продукції
Низький $(0 < E_i^a < 1)$	Певні види овочевої продукції, х лібопродукти, картопля, олія, яйця
Одиничний $(E_i^a = 1)$ і підвищений $(E_i^a > 1)$	Фрукти, м'ясо- ,молокопродукти, риба

Джерело: узагальнено та доповнено автором на основі [174]

Відтак, на вітчизняному ринку аграрної продукції відсутні товари з від'ємною еластичністю, що мало б вказувати на їх низьку якість. Групу товарів з низькою еластичністю формують «продукти першої необхідності». Одинична й вища еластичність характеризують недостатній рівень їх споживання населенням.

Дослідження показників попиту й пропозиції плодоовочевої продукції різносторонні і мають багато варіантів, які сконцентровано нами у додатку В.

Крім отримання кількісних показників, необхідно враховувати вимоги і очікування споживачів щодо якості та зовнішнього виду продукції. З цією метою здійснюють розподіл (або сегментацію) ринку за товарними групами і категоріями споживачів. Розподілення ринку плодоовочевої продукції за різними ознаками дозволяє розкрити відмінності у рівнях споживання у цілому, у розрахунку на одну особу, а також у співвідношенні сільського і міського населення. Структурування ринку за категоріями споживачів можна здійснити

за географічними, демографічними, соціально-економічними, культурними ознаками.

Розвиток ринку будь-якого виду аграрної продукції (у тому числі й плодоовочевої) можна аналізувати використовуючи систему показників, наведену у додатку Д. Кожен з них може розраховуватися на рівні регіону, галузі, окремого суб'єкта ринку (виробника чи споживача) та певного виду продукції. Крім зазначених, на нашу думку, варто визначати і показники, які характеризують частку певного району у загальнообласному обсязі виробництва (або реалізації), обсяги виробництва і споживання в розрахунку на одну особу, число потенційних споживачів (із зазначенням їх часток у міському та сільському населенні).

При розрахунку місткості ринку вчені [194; 195; 196] пропонують застосовувати наступні методи (підходи та методики), серед яких експертний, метод економіко-математичного моделювання та інші. Деякі науковці [197] наголошують на ефективності проведення кабінетних і польових досліджень ємності ринку (статистичні, евристичні, нормативні та компаративні методи). Проте, на нашу думку, кожен з них має використовуватися залежно від обставин дослідження та специфіки об'єкта. Оскільки досить складно виділити єдину, універсальну методику визначення ємності ринку, то у кожному конкретному випадку, враховуючи особливості продукції, вона повинна бути індивідуальною. Місткість будь-якого ринку доцільно прогнозувати за принципом: від загального до часткового (галузь – однорідні групи продукції – окремі товари). Знання ємності ринку та частки окремого виробника сприяє розширенню позицій останнього на ньому.

Важливою умовою всебічного вивчення ринку є аналіз конкурентного середовища, що дозволяє окреслити шляхи досягнення конкурентами позитивних результатів, визначити їх сильні і слабкі сторони, обґрунтувати напрями подальшого розвитку, укріпити свої ринкові позиції.

Конкурентоспроможність у загальному вигляді визначається відношенням корисного ефекту до сумарних витрат, які включають витрати,

пов’язані з придбанням і використанням товару і називається ціною споживання [198]. Чим краще це співвідношення, тим вища конкурентоспроможність продукції (товару).

$$К = \frac{Ек}{Цс} \rightarrow max \quad (1.2)$$

де, К – конкурентоспроможність;

Ек – корисний ефект;

Цс – ціна споживання.

При цьому, особливу увагу необхідно звернути на вивчення дій конкурентів та аналіз товарів-аналогів. Поведінка учасників ринку значною мірою залежить від обраної цінової стратегії. При вивченні питання ціноутворення на ринку, важливо проаналізувати коливання цін за напрямами: оцінка різних цін для одного виду продукції або товарної групи; можливість зміни їх у часі; варіація по регіонах, зонах; розбіжність цін на субринках (державному, кооперативному, приватному); модифікація цін у разі купівлі товарів різними соціально-економічними групами за населення [200].

Аналіз коливання та співвідношення цін ґрунтується на розмаху варіації, що характеризує розрив між мінімальними та максимальними значеннями ціни на товар і свідчить про диференціацію рівня споживання населення.

$$\Delta p = p\,max - p\,min \quad (1.3)$$

де, Δp – коливання цін;

p max, p min – максимальний і мінімальний рівень цін.

В умовах ринку суб’єкти мають можливість самостійно визначати ціни на продукцію власного виробництва, а також наділені правом її визначення на засадах домовленості зі споживачами при укладанні між ними угод купівлі-продажу. Це положення є передумовою виникнення цінової конкуренції.

У процесі дослідження ринку плодоовочевої продукції необхідним є проведення оцінки і аналізу цінової конкурентоспроможності окремих видів продукції, використовуючи існуючі методичні прийоми щодо визначення ціни пропозицій на продукцію найвищої якості (враховуючи продукцію органічного

виробництва) та на продукцію, що реалізується у вигідні для споживача строки. Цінову конкурентоспроможність визначають за формулою:

$$ЦК = \frac{(Ц - ПС)}{Ц} \quad (1.4)$$

де, Ц – ціна продажу 1 ц продукції;

ПС – повна собівартість 1 ц продукції (виробнича собівартість плюс витрати на реалізацію продукції).

Вищу цінову конкурентоспроможність мають виробники, які здатні продавати свою продукцію за цінами конкурентів, і одержати при цьому прибуток. Мінімальна ціна – це індивідуальна ціна, що розраховується на кожному підприємстві і обумовлюється витратами виробництва одиниці товару, понесеними тим чи іншим товаровиробником, за якої воно отримує нульовий прибуток.

Цінову конкурентоспроможність плодоовочевої продукції необхідно розглядати у взаємозв'язку з конкурентоспроможністю за якістю. Підвищення якості продукції вимагає додаткових затрат не тільки матеріально-грошових засобів, але і інтелектуальної праці, що призводить до зростання вартості продукції. У цьому випадку доцільно знати допустиму межу підвищення якості продукції за якої зростання ціни буде економічно обґрунтованим. Методика визначення такої ціни запропонована В.Г. Андрійчуком [191, с. 156], який пропонує формулу розрахунку цінової конкурентоспроможності продукції:

$$Рпо = \frac{Цх - С1}{Цх} \quad (1.5)$$

де, Рпо – рентабельність реалізації базового року (коефіцієнт);

Цх – пошукова підвищена ціна, за якої реалізація продукції вищої якості з підвищеною собівартістю забезпечує досягнутий у базовому році рівень рентабельності продажу (цінову конкурентоспроможність);

С1 – собівартість продукції вищої якості.

Після здійснених певних математичних перетворень отримуємо формулу:

$$Цх = \frac{С1}{1 - Рпо} \quad (1.6)$$

Розрахувавши рівень підвищення ціни, використовуючи дані аналізу кон'юнктури ринку можна зробити передбачення про можливість представлення на ринку якіснішої плодоовочевої продукції за такою або ж вищою ціною. На основі висновку про реальність визначеного обсягу продажу можна прийняти рішення про здійснення додаткових витрат на поліпшення якості продукції. В іншому випадку виробнику економічно недоцільно підвищувати витрати на поліпшення якості, за умови, що продукція за існуючих параметрів якості має належний попит на ринку. Інтерес до високоякісної плодоовочевої продукції і продовольства зростає, що напряму пов'язано із популяризацією здорового способу харчування, зростаючим попитом на продукцію органічного виробництва.

На заключному етапі – досліджується результативність ринку з позиції ефективності виробництва і розміщення ресурсів, та забезпечення зайнятості і соціальної справедливості, справедливого розподілу доходів між учасниками ринку. На цьому етапі досліджуються також цінові параметри та рівень забезпеченості попиту на внутрішньому ринку.

У питанні розрахунку показника рівня самозабезпеченості думки дослідників розходяться. Наприклад, не зовсім обґрунтованим, на нашу думку, є загальний метод розрахунку рівня самозабезпеченості потреб країни у певній продукції за рахунок власного виробництва [201]. Цей показник обчислюється як відношення обсягу «виробництва до всіх ресурсів без урахування зміни запасів і експорту». Недолік методу полягає в тому, що він «перекручує дійсне становище та надає занижені показники самозабезпеченості». Тому, запропонований метод визначення рівня самозабезпеченості базується на визначенні співвідношення власного виробництва до обсягу споживання на внутрішньому ринку, а обсяг зовнішніх закупівель продукції до внутрішнього споживання визначає залежність країни від імпортних закупок.

У міжнародній практиці, показник самозабезпеченості розраховується як відношення власного виробництва продукції до споживання, яке включає

споживання на харчові потреби, на корм, на промислове використання і втрати [167]. Власне виробництво не враховує експорт або імпорт продукції.

Визначення рівня самозабезпеченості плодоовочевою продукцією за видами важливе також з точки зору продовольчої незалежності країни. Прийнято, що продовольчу незалежність можна вважати достатньою, якщо у загальному обсязі споживання питома вага власного виробництва становить не менше 80 % [202, с. 8]. Проте, при збалансуванні попиту і пропозиції на ринку, рівень споживання може бути низьким внаслідок низької купівельної спроможності населення, а тому обсяги власного виробництва можуть перевищити внутрішнє споживання відповідних видів продукції, що зовсім не гарантує продовольчу безпеку країни. Тому розглянуті методи визначення рівня самозабезпеченості не дають однозначної оцінки стосовно достатніх обсягів виробництва, споживання і продовольчої незалежності.

Згладити зазначені недоліки дозволяє метод в основу якого покладено врахування зв'язку між рівнем самозабезпеченості, платоспроможним попитом на ринку, фізіологічними нормами споживання на душу населення та фактором продовольчої незалежності країни (експортом-імпортом) (рис. 1.14).

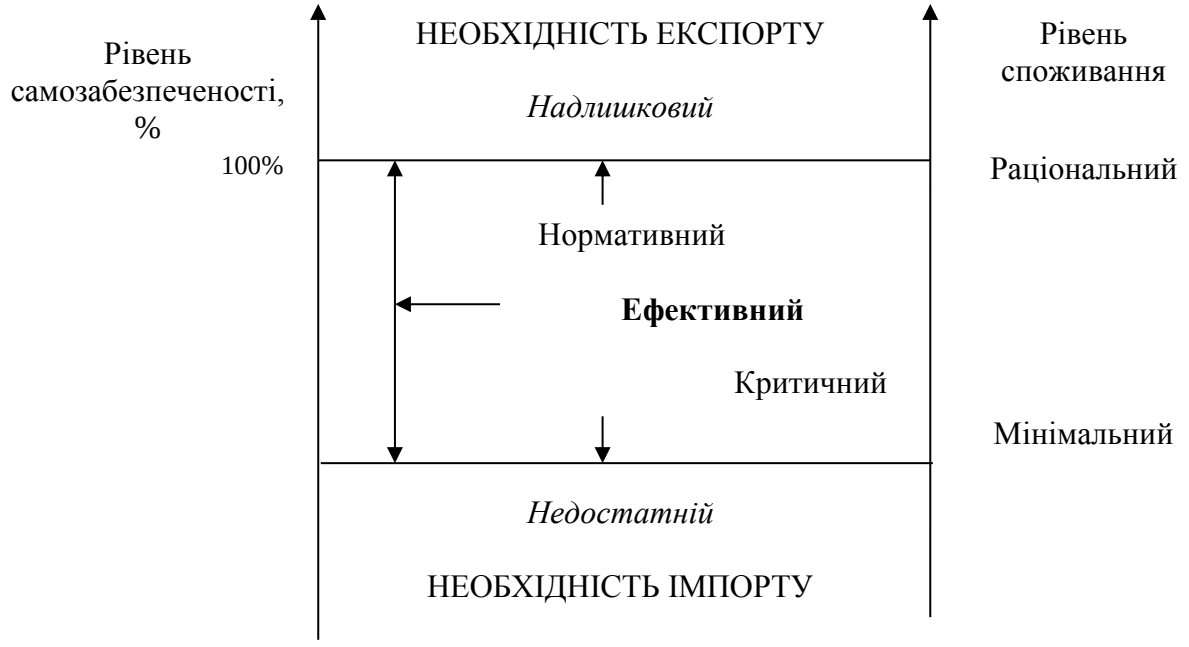


Рис. 1.14. Рівень самозабезпеченості власним виробництвом плодоовочевої продукції

Джерело: узагальнено та доповнено автором на основі [203]

Основними показниками, що аналізуються, є надлишковий, нормативний, ефективний, критичний, недостатній і фактичний рівень самозабезпеченості [203]. Від так, нормативний – це рівень самозабезпеченості власним виробництвом плодоовочевої продукції, при якому її власне виробництво забезпечує внутрішнє споживання на виробничі потреби і особисте споживання населення, обчислене на основі раціональних норм споживання продукції.

Надлишковий рівень виникає при перевищені нормативної самозабезпеченості (становить більше 100 %). Критичний рівень передбачає забезпечення фізіологічного мінімуму споживання на душу населення, а також виробниче споживання продукції власного виробництва.

Обсяг власного виробництва, що нижчий від критичного рівня, зумовлює недостатній ступінь самозабезпеченості, а різниця між нормативним і критичним рівнем утворює ефективну самозабезпеченість. Від так, за критерій продовольчої незалежності (безпеки) країни можна вважати обсяг власного виробництва, який забезпечує ефективний і надлишковий рівень самозабезпеченості у плодоовочевій продукції.

При цьому рівень самозабезпеченості розраховується за формулою:

$$Рс = \frac{Вв}{Сн+Св+В} \times 100\ \% \qquad (1.7)$$

де, Рс – ступінь самозабезпеченості, %;

Вв – обсяг власного виробництва, тонн;

Сн – особисте споживання населення, тонн;

Св – виробниче споживання, тонн;

В – втрати, тонн.

Відтак, ринок плодоовочевої продукції необхідно вивчати не ізольовано. Механізм його функціонування слід розглядати як взаємодію попиту, пропозиції, ціни в умовах дії економічних законів: вартості, попиту й пропозиції. Практичне застосування запропонованої методики, на нашу думку, є актуальним для плодоовочевих підприємств України у цілому, та окремих її територій.

Висновки до розділу 1

1. Встановлено, що ринок як складне формування представляє собою сукупність товарно-грошових відносин між виробниками та кінцевими споживачами з приводу купівлі-продажу продукції, забезпечує вільний вибір партнерів, захист їх конкурентних позицій та формування цілісної системи економічних відносин; основі яких є отримання прибутку виробником та задоволення потреб покупців.

2. Сутність понять «аграрний ринок» та «агропромисловий ринок» не тотожні. Перший – це сукупність господарських відносин та цілісна система установ, які забезпечують процеси обміну між виробниками сільськогосподарської продукції та її споживачами (підприємства переробки або населенням). Другий – це ринок засобів виробництва і товарів споживання.

3. Споживчий ринок плодоовочевої продукції, за предметно-функціональним і географічним і структурним аспектами є самостійним. Підставою для цього є відокремлені масштаби виробництва – значні загальні обсяги виробленої продукції та участь в цьому процесі всього територіального простору країни. Специфіка ринку товарної продукції плодів та овочів має певні споживчі властивості. Вона пов’язана із термінами реалізації цих продуктів починаючи з виробництва овочів і закінчуючи поставкою до кінцевих споживачів, товароруху, комунікації, цінової політики, продажу, після продажного обслуговування клієнтів.

4. В умовах ринкової економіки державне регулювання плодоовочевої продукції має здійснюватися згідно з чіткою системою управління соціально-економічними процесами за допомогою перевірених світовою практикою економічних і правових важелів: цін і тарифів, податків, кредитів, цінних паперів, амортизаційної політики, пільг, державного замовлення і контракту, субсидій, субвенцій. Досвід державного регулювання продовольчого комплексу в Європейських країнах свідчить про принципово нову схему взаємодії держави і господарських суб'єктів. Цей підхід пов’язаний з прямим вирішенням

економічних проблем через створення ефективних, прозорих інструментів регулювання; забезпечення стабільного рівня цін (створення буферних запасів, субсидіювання експорту, обмеження імпорту, компенсаційні платежі); розвиток пільгового кредитування; удосконалення системи державної фінансової підтримки сільського господарства (податкова форма, надання дотацій, захист від іноземних конкурентів); забезпечити виробників сучасною технікою, обладнанням, добривами, кваліфікованими кадрами; сприяти вирішенню соціальних проблем на селі.

5. Єдиних і чітких алгоритмів оцінки функціонування плодоовочевого ринку не існує. Запропонований комплексний методичний підхід до оцінки ринку плодоовочевої продукції включає дослідження його структурних характеристик, аналіз основних параметрів ринку (попиту, пропозиції, ціни) та умов їх оптимального співвідношення, оцінку ринкової кон'юнктури, визначення місткості ринку та його сегментування, дослідження конкурентів та розрахунок рівня залежності від зовнішніх ринків.

6. Особливістю формування вітчизняного плодоовочевого ринку є те, що в цьому процесі приймають участь юридичні та фізичні особи, які представляють різноманітні форми власності і господарювання, мають різні потреби, ресурси, цілі щодо ринку плодоовочевої продукції. Споживачами на ньому виступають як окремі особи, так і організації, що займаються переробкою, зберіганням, оптово-роздрібною торгівлею. Як суб'єкти інфраструктури продовольчого ринку плодоовочевої продукції виступають виробники, споживачі плодів і овочів. Це сільськогосподарські підприємства, господарства населення, фермерські господарства, підприємства сфери плодоовочевого виробництва, що включають переробку, зберігання і збут продукції.

РОЗДІЛ 2
СТАН СПОЖИВЧОГО РИНКУ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ТОВАРОВИРОБНИЦТВА ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Аналіз попиту і пропозиції та споживання плодоовочевої продукції

Важливим і необхідним процесом успішної виробничо-комерційної діяльності будь-якого сільськогосподарського підприємства, яке займається вирощуванням та реалізацією плодоягідної продукції, в умовах ринкової економіки вважається вивчення кон’юнктури ринку.

Кон’юнктура змінюється під впливом різних факторів, які визначають ситуацію на ринку в конкретний момент часу. Для аналізу факторів, що впливають на кон’юнктуру плодоовочевого ринку, дослідження проводилося за такими напрямами: пропозиція, попит, цінова ситуація, торгівля та інфраструктура ринку. При цьому використовувався балансовий метод та прогнозування. Баланс формування і використання продовольчих ресурсів плодоовочівництва розраховувався на підставі даних Державного комітету статистики та результатів власних наукових досліджень. Розрахунки проводилися за статтями балансу: загальна пропозиція (запаси на початок року, виробництво, імпорт); загальний попит (продовольство, корми, переробка на нехарчові потреби, втрати, експорт); залишки на кінець року; коефіцієнт співвідношення залишків до попиту (його зростання свідчить про виникнення передумов до зниження цін).

Основними сегментами системи пропозиції є: вітчизняне виробництво плодів і овочів, їх імпорт, переробка, зберігання, товарна обробка, маркування продукції, транспорт і зв’язок. Для характеристики пропозиції на вітчизняному ринку плодів і ягід досліджувалися площі плодоносних насаджень, обсяги виробництва, урожайність, імпортні поставки, асортимент і

конкурентоспроможність продукції. Для плодоовочевого ринку характерними ознаками є нестабільний характер пропозиції (залежить від погодних умов вирощування культур), низька еластичність попиту і нестабільні темпи зростання товарообігу, значні цінові коливання, різкі зміни обсягів експорту та імпорту тощо. Тому, вони є досить немобільними, ризиковими і слабо прогнозованими ринками [230, с. 146-147].

На рівні попиту розглядались обсяги продажу, канали реалізації, експортні поставки, рівень товарності, самозабезпеченості та споживання, місткість і насиченість. Характерною особливістю ринку є нееластичний попит на плодоовочеву продукцію і продукти її переробки. Така реакція впливає на дію законів попиту, відповідно до якого споживачі скорочують обсяги купівлі товарів при зростанні їх ціни, і навпаки, споживають їх більше при зниженні ціни. Окрім цього, попит на товари плодоовочевої групи обумовлюється фізіологічними потребами харчування та іншими чинниками.

Від так, основні параметри економічного розвитку плодоовочівництва (обсяг, якість, асортимент) визначаються не лише специфічними умовами відтворення виробництва та розподілу продукції (характерною особливістю яких є скорочення й різке подорожчання ресурсів), а насамперед дією об’єктивних законів ринку. Серед них провідне місце належить закону вартості, попиту, пропозиції. Це викликає необхідність переорієнтовувати виробництво на задоволення потреб споживачів і одержання максимального прибутку.

Інформацію про джерела і обсяги формування величини ринкового попиту та пропозиції на локальному ринку овочевої продукції і фруктів у досліджуваному періоді надають інформація таблицях 2.1 і 2.2.

Ринковий попит на плодоовочеву продукцію у регіоні за досліджуваний період формувався під впливом фактичного (реального) попиту, який включав закупки кінцевих споживачів, продукцію, передану на переробку, корми, насіння, іншу реалізацію та втрати. Слід зазначити, що за 2010 – 2014 рр. попит на овочеву продукцію збільшився на 77,2 тис. т, або на 18,4 %, яке, насамперед, було забезпечено ростом її споживання на 18,2 тис. т, (7,1 %).

Таблиця 2.1

Кон'юнктура ринку овочів* (включаючи консервовану та сушену продукцію у перерахунку на свіжу) у Полтавській області

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. у % до 2010 р.
Попит, тис. т – всього	419,9	480,7	468,6	471,4	497,1	118,4
у т.ч.: споживання	257,2	294,9	290	278,3	275,4	107,1
передано на переробку	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
на корм	55,1	72,2	86,3	91,3	105,1	190,7
на посів	2,5	2,6	2,6	2,4	2,7	108,0
інша реалізація та витрати	105,1	110,9	89,6	99,4	113,9	108,4
Пропозиція, тис. т – всього	526,7	616,8	635,6	797,6	885,9	168,2
у т.ч.: запаси на початок року	97,6	95,3	123,8	157,4	156,6	160,5
виробництво	423,6	518,0	511,2	483,1	543,2	128,2
інші надходження	5,5	3,5	0,6	0,5	0,5	9,1
Запаси на кінець року, тис. т	95,3	123,8	157,4	156,6	185,6	194,8
Коефіцієнт ринкової кон'юнктури	0,797	0,779	0,737	0,591	0,561	70,4

*Наведені обсяги включають продукцію баштанних продовольчих культур
Джерело: розраховано за даними [210, 211].

Основним джерелом формування пропозиції на плодоовочевому ринку, за досліджуваний період, було її виробництво, а також імпорт та залишки минулого року. У цілому за досліджуваний період під впливом росту попиту на овочі обсяги пропонованої виробниками продукції зросли на 359,2 тис. т або 68,2 %. При цьому основна частина пропозиції була представлена продукцією власного виробництва.

Що стосується попиту на фрукти, то за останні 5 років спостерігається його приріст на 4,8 тис. т або 4,3 % (переважно за рахунок зростання обсягів реалізації за іншими каналами). При цьому зменшуються обсяги його споживання та переробки. Формування пропозиції відбувалося також переважно продуктами регіонального виробництва (на 92,1-108,0 %).

Слід зазначити, що за досліджуваний період, обсяги пропозиції зменшилися на 5 тис.т (4,1 %). При цьому недостача вітчизняних фруктів компенсується зростанням обсягів плодово-ягідної продукції іноземних виробників.

Таблиця 2.2

Кон'юнктура ринку фруктів* (включаючи консервовану та сушену продукцію у перерахунку на свіжу) у Полтавській області

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. у % до 2010 р.
Попит, тис. т – всього	112,3	106,5	102,5	122,7	117,1	104,3
у т.ч.: споживання	74,4	77,5	80,8	84,2	73,0	98,1
передано на переробку	10,0	14,5	14,1	15,6	9,8	98,0
на корм	3,2	2,9	2,8	3,1	2,8	87,5
інша реалізація та витрати	24,7	11,6	4,8	19,8	31,5	127,5
Пропозиція, тис. т – всього	122,1	111,5	106	122,7	117,1	95,9
у т.ч.: запаси на початок року	17,7	13,7	12,7	12,4	18,7	105,6
виробництво	102,5	96	93,3	118,1	108,4	105,8
інші надходження	1,9	1,8	0,0	1,6	1,6	84,2
Запаси на кінець року, тис. т	13,7	12,7	12,4	18,7	16,2	118,2
Коефіцієнт ринкової кон'юнктури	0,921	0,955	0,967	1,039	1,080	117,4

*Наведені обсяги включають продукцію баштанних продовольчих культур

Джерело: розраховано за даними [210, 211].

Що стосується співвідношення обсягів ринкового попиту і пропозиції по овочах та фруктах (або ринкової кон'юнктури), слід зазначити, що по кожному з цих видів продукції у 2010 – 2014 рр. обсяги ринкового (платоспроможного) попиту не перевищували розміру пропозиції. Тобто на регіональному ринку плодоовочевої продукції у цей час склався стан низької кон'юнктури, що супроводжувався накопиченням залишків товарної маси. На ринок поставлялася продукція, сумнівної якості, яка не задовольняла потреби споживачів або була недоступною за ціною.

Аналіз стану регіонального ринку включає також дослідження базових передумов взаємодії попиту і пропозиції на плодоовочеву продукцію. Проте, слід відрізняти «реальний» і «потенційний» попит [74, с. 140]. Реальний (фактичний) попит формується під впливом змін доходів населення, визначається його купівельною спроможністю та цінами на ринку. Потенційний попит залежить від рівня рекомендованої норми споживання конкретних видів продукції та визначається їх нормативною потребою для виробництва.

Використавши дані Державної служби статистики України, можна розрахувати і проаналізувати рівень збалансованості реального попиту і пропозиції на окремі види плодоовочевої продукції (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Оцінка збалансованості реального попиту і пропозиції на плодоовочеву продукцію* в Україні та Полтавській області, 2010 – 2014 рр., %

Продукція	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2010 р. +/- до 2012 р.	2010 р. +/- до 2014 р.
Україна							
Овочі	126,9	124,4	132,6	141,0	138,9	+14,5	-2,1
Плоди та ягоди	147,8	135,1	166,2	148,6	145,7	+10,6	-2,9
Полтавська область							
Овочі	137,9	96,1	180,2	162,4	182,3	+86,2	+19,9
Плоди та ягоди	119,5	83,5	78,4	84,6	89,6	+6,1	+5,0

*Наведені обсяги включають продукцію баштанних продовольчих культур

Джерело: розраховано за даними [210, 211, 212].

Аналіз даних в цілому по Україні, показує, що незважаючи на суттєве перевищення пропозиції по товарам плодоовочевої групи, збільшення обсягів їх споживання є незначним (що пояснюється зниженням купівельної спроможності населення). Проте, що стосується Полтавської області, то тут намітилася стійка тенденція до зростання обсягів споживання плодоовочевої продукції, а попит на плодово-ягідну продукцію перевищує її пропозицію.

Для більш детального аналізу і оцінки ситуації на ринку плодоовочевої продукції, на нашу думку, представляє інтерес дослідження потенційного попиту і пропозиції.

Для розрахунку зазначених показників враховані такі умови: обсяг виробництва по окремих видах продукції прийнятий на рівні 2014 р., імпортні закупки та експорт визначені на рівні середніх за останні п’ять років, внутрішнє споживання на виробничі потреби на рівні 2014 р., а на харчові потреби – розраховано виходячи з рекомендованих норм споживання плодоовочевої продукції (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Оцінка ринку плодоовочевої продукції* України та Полтавської області з врахуванням потенційного попиту, 2014 р., %

Продукція	Україна			Полтавська область		
	Рівень залежності від імпорту	Рівень самозабезпеченості	Збалансованість попиту та пропозиції	Рівень залежності від імпорту	Рівень самозабезпеченості	Збалансованість попиту та пропозиції
Овочі	3,5	97,6	68,8	1,2	99,3	56,6
Плоди та ягоди	46,0	97,6	68,3	6,6	99,3	76,7

*Наведені обсяги включають продукцію баштанних продовольчих культур
Джерело: розраховано за даними [210, 211, 212].

Застосувавши такий методологічний підхід, можна зробити висновок, що при оцінці показників співвідношення між потенційним рівнем попиту на плодоовочевому ринку і сучасним його станом, простежується невідповідність рівня розвитку останнього сучасним вимогам суспільства. Водночас зберігається незначна залежність внутрішнього споживання від імпортних закупок та низький рівень задоволення потреб країни в товарах овочевої групи обсягами власного виробництва. Виняток становлять плоди, ягоди та виноград.

Для характеристики внутрішнього ринку області і комплексного уявлення про ситуацію на ньому необхідно проаналізувати структуру каналів забезпечення попиту на ринку плодоовочевої продукції (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Структура маркетингових каналів забезпечення попиту на плодоовочеву продукцію* у Полтавській області, у 2010 р.; 2014 р., %

Продукція	Джерело забезпечення потреби							
	Торговельна мережа		Ринок		Інші надходження		Самозабезпечення	
	2010 р.	2014 р.	2010 р.	2014 р.	2010 р.	2014 р.	2010 р.	2014 р.
Овочі	2,9	13,1	31,4	75,2	28,7	31,1	37,0	52,0
Плоди та ягоди	1,3	9,6	19,6	25,0	56,4	21,8	22,7	43,6

*Наведені обсяги включають продукцію баштанних продовольчих культур
Джерело: розраховано за даними [210, 211, 212].

Аналіз даних таблиці 2.5 дозволяє зробити висновок про досить низький рівень участі торгівельних мереж у реалізації плодоовочевих продуктів. По суті, через ринкові канали продається лише 25,0 % плодово-ягідної продукції. Забезпечення потреб населення за рахунок с амозабезпечення значно зросло по овочах та продовольчих баштанних майже у 2,5 рази, по плодам та ягодам на кінець 2014 р. становило 96,0% від загального попиту.

Дослідження показують, що значна категорія споживачів, рівень доходів яких обмежує можливості купівлі якісної плодоовочевої продукції, постійно перебуває в зоні ризику. При цьому визначальним фактором стає ціна продукції, оскільки саме в ціні закладено показники її якості. Соціальна небезпека криється в тому, що для окремих соціально незахищених категорій громадян чим нижчою є ціна на товари, тим краще.

Спостерігається також високий рівень натуралізації плодоовочевого ринку. Впродовж останніх років серед каналів збуту плодоовочевої продукції зросла частка продукції, що розподіляється господарствами своїм працівникам у вигляді натуральної оплати. Основними причинами є високий рівень заборгованості та нестача оборотних коштів у сільському господарстві. Тому, для підприємств-виробників продуктів плодоовочевої групи досить актуальним є розширення пропозиції відповідної продукції не лише за кількістю, а й представленням ширшої номенклатури овочів та фруктів на регіональному ринку. Адже, саме потреба у повноцінному харчуванні та незамінних елементах життєзабезпечення формує бажання людини (споживача) купувати певні товари з плодоовочевого асортименту, тобто попит. Рівень життя населення визначає його купівельну спроможність, місткість ринку продукції плодоовочівництва. Збільшення цього рівня певною мірою впливає на обсяги реалізації та її споживання. На відміну від потреби попит можна стимулювати рядом економічних чинників: рівнем цін роздрібної мережі, рівнем життя населення та його доходів, рекламою та іншими важелями впливу. Кожен споживач індивідуально визначає суму видатків з власного бюджету на придбання продуктів харчування та їх видову структуру (в тому числі овочів та фруктів).

Місткість плодоовочевого ринку обмежується платоспроможним попитом населення. Наявну тенденцію динамічного зниження реальних доходів населення в певній мірі вдалося усунути починаючи з 2000 р. Проте, за тривалий період свого впливу вона призвела до звуження місткості ринку плодоовочевої продукції, в першу чергу, внаслідок зниження обсягів споживання, і в другу – за рахунок натуралізації споживання продуктів, які безпосередньо виробляються сільгоспвиробниками. Тому окремої уваги заслуговує дослідження показників місткості ринку та динаміки споживання овочів, плодів та ягід у Полтавській області (табл. 2.7)

Таблиця 2.7

Динаміка споживання плодоовочевої продукції у Полтавській області, 2010 – 2014 рр.

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до (+/-) 2010 р.	2014 р. у % до 2010 р.
Фонд споживання, тис. т	331,6	372,4	370,8	362,5	348,4	16,8	105,1
у т.ч. % до загальної пропозиції	57,4	64,5	50,0	39,4	34,7	-22,7	60,5
Місткість ринку, тис. т	600,4	705,7	741,6	920,3	1003,0	402,6	167,1
Рівень самозабезпечення ринку, %	96,7	97,2	97,8	96,3	98,2	1,5	101,6
Виробництво на 1 особу в рік, кг	339,2	400,8	504,7	396,0	433,0	93,8	127,7
Споживання на 1 особу в рік, кг	222,0	251,2	251,8	247,8	239,7	17,7	108,0
Рівень споживання у % до рівня виробництва	65,4	62,7	49,9	62,6	55,4	-10,0	X

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Рівень самозабезпечення ринку продукцією власного виробництва у 2014 р. зріс на 2,4% порівняно з 2010 р. При рівні виробництва 504,7 кг на одну особу в рік обсяги споживання плодоовочів становило 251,8 кг (50,0% пропонованого об’єму). Слід зазначити, що виробництво плодоовочевої продукції у регіоні, є основним джерелом її пропозиції, тому має покривати зростаючі потреби населення. Науково-дослідним інститутом харчування Міністерства охорони здоров’я України встановлено фізичні обсяги споживання основних продуктів харчування у розрахунку на одну особу як рекомендовані раціональні норми споживання, у т.ч. вони існують і по овочах та фруктах (додаток Е).

Від так, до фонду споживання овочів та фруктів включають свіжі, а також сушені, солоні, мариновані та інші продукти переробки. За останні десять років в Україні спостерігається тенденція до збільшення споживання овочів. Так, норма споживання овочів залежно від регіону становить приблизно 150-161 кг на рік, у тому числі капусти різних видів – 30-35 кг, помідорів – 40-45, огірків – 11-13, моркви – 11-13, буряків столових – 11-13, цибулі ріпчастої й часнику – 8-11, інших овочів – 27-30 кг.

При нормі споживання 90 кг плодів та ягід рекомендований обсяг споживання зерняткових культур становить 62,5 кг, у тому числі яблук – 42 кг, груш і айви – 9,5; плодів кісточкових культур – 17, у тому числі сливи – 7, вишні – 5, черешні – 2, абрикоса – 2, персика – 2; горіхів – 1,5 і ягід – 5 кг.

Вирощена плодоовочева продукція не в повному обсязі потрапляє до споживача. При цьому, мають місце втрати, ушкодження, витрачання на внутрішньогосподарські потреби тощо. Існує невідповідність між обсягами виробництва і реалізації овочів та фруктів для безпосереднього споживання. Також вважаємо за необхідне, дослідити динаміку фактичного споживання овочів, плодів та ягід населенням Полтавської області та її відповідність вищезгаданим нормам на основі інформації з таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Споживання овочів та фруктів* (включаючи консервовану та сушену продукцію у перерахунку на свіжу) на одного мешканця Полтавщини, кг

Види продукції та показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	Потенціал споживчого попиту у 2014 р., (+, -)
Овочі						
за раціональними нормами	161,0	161,0	161,0	161,0	161,0	Х
фактично	134,8	167,5	172,2	198,9	196,9	-35,9
% забезпечення норми	83,7	104,0	107,0	123,5	122,3	-96,9
Плоди та ягоди						
за раціональними нормами	90,0	90,0	90,0	90,0	90,0	Х
фактично	32,3	49,4	49,8	52,3	54,9	+35,1
% забезпечення норми	35,9	54,9	55,3	58,1	61,0	+45,1

*Норми затверджені Науково-дослідного інституту харчування Міністерства охорони здоров'я України [74]

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Спостерігається тенденція до зростання обсягів споживання плодоовочевої продукції, а за останні 3 роки рівень споживання овочів у регіоні не лише відповідав, але й перевищив рекомендовані норми, за винятком споживання плодово-ягідної продукції.

У середньому кожен мешканець регіону недоотримав до 41,9% плодів та ягід за рік. Зазначена різниця свідчить про наявність потенціалу росту споживчого попиту, а отже, і пропозиції на ринку. У цілому за аналізований період рівень споживання фруктів зростає (хоча становить лише 2/3 норми).

Досліджуючи сортовий склад вирощуваних у Полтавській області овочів та фруктів, нами було проведено опитування покупців, з метою визначення споживчих переваг та смакових вподобань населення регіону (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Результати опитувань населення Полтавської області щодо споживання ними овочів та фруктів

Запитання	Варіанти Відповідей	Кількість респондентів, осіб			Структура, %		
		чоловіки	жінки	у цілому	чоловіки	жінки	у цілому
Які овочі та фрукти переважають у раціоні Вашого харчування?	огородина (характерні для регіону)	29	101	129	19,0	67,0	86,0
	екзотичні (імпортовані інших країн)	9	12	21	6,0	8,0	14,0
Яким овочам Ви надаєте перевагу при купівлі?	«борщового набору»: помідори, огірки, морква, буряк, цибуля, капуста	18	66	84	12,0	44,0	56,0
	баклажани, кабачки, гарбузи, перець, салати	5	14	18	3,0	9,0	12,0
	томати «черрі», броколі, салатні сорти цибулі, цибуля-порей	9	18	27	6,0	12,0	18,0
	брюссельська, цвітна, пекінська капуста, салати	6	15	21	4,0	10,0	14,0
Яким плодам і ягодам Ви надаєте перевагу при купівлі?	яблука, груші, айва	12	60	72	8,0	40,0	48,0
	вишня, слива, черешня, абрикос, персик	14	21	35	9,0	14,0	23,0
	ягоди: суниця, полуниця, смородина, аґрус	6	20	26	4,0	13,0	17,0
	банани, апельсини, лимони, грейпфрути, ківі, ананас	6	12	18	4,0	8,0	12,0

Джерело: власні дослідження

Аналізуючи результати проведеного дослідження (додаток Ж, З), ми бачимо існування широкого спектру смаків споживачів. Проте, перевага надається овочам, характерним для нашого регіону, їх частка у загальній структурі становить понад – 86,0 %, з них найбільшою популярністю у споживачів користуються помідори, огірки, морква, цибуля, буряки, капуста (56,0 %) та інші овочі овочеві культури (12,0 %) до яких відносимо кабачки, баклажани тощо.

Проте, вітчизняні ринкові тенденції вказують на зростання популярності й обсягу попиту на продукцію таких культур як: броколі, брюссельську, цвітну та пекінську капусту, томати «черрі», свіжі салати, салатні сорти цибулі, цибулю-порей, зеленні овочі тощо (32,0 %).

Говорячи про видовий склад фруктів, необхідно вказати, що близько половини опитаних віддали свої смакові переваги споживанню яблук, що на нашу думку, може бути приводом для зростання обсягів їх вирощування. У структурі плодово-ягідних продуктів частка споживання кісточкових порід, зокрема – черешні, абрикосу, персика становить 23,0 % та ягід – 17,0 %. Їх вирощування сприяє розширенню ринку та більш рівномірному надходженню коштів протягом року.

Слід також зазначити, що структура обсягів виробництва основних плодоовочевих культур вцілому по Полтавській області повністю відповідає необхідним обсягам їх споживання у регіоні. А той факт, що валовий збір зростав при незмінності їх посівних площ, свідчить про застосування товаровиробниками інтенсивних технологій та методів господарювання, що значно підвищують їх врожайність.

Графічне відображення відповідності фактичних обсягів споживання плодоовочевої продукції рекомендованим нормам відображено на рисунку 2.1.

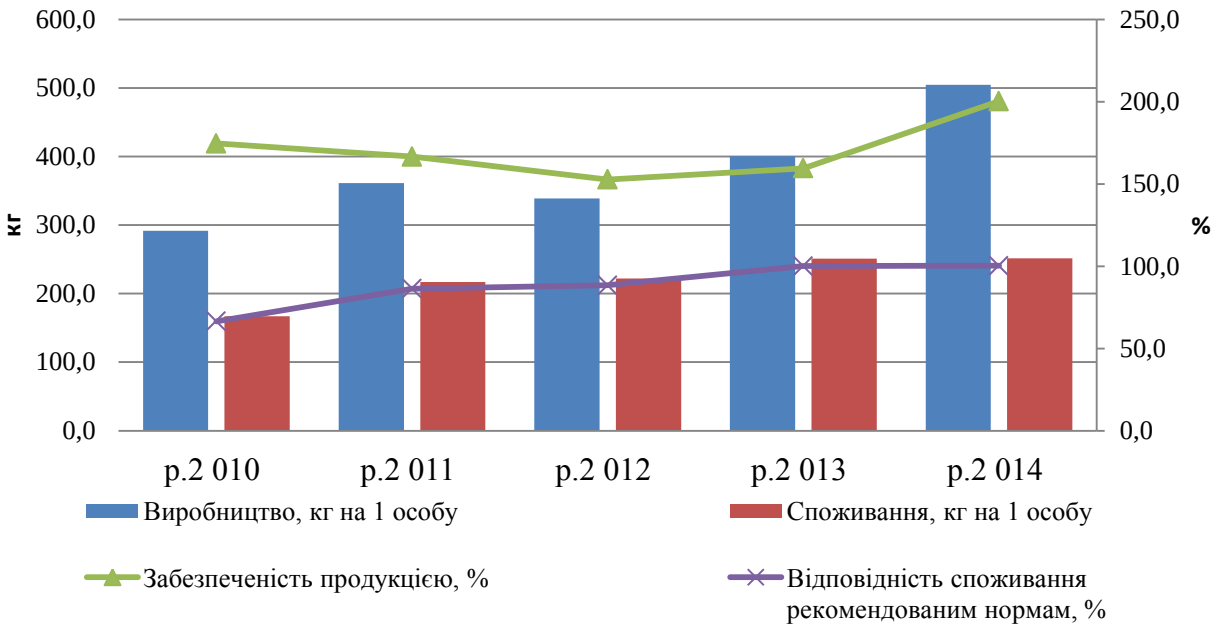


Рис. 2.1. Динаміка виробництва та споживання плодоовочевої продукції населенням Полтавської області

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Виробництво овочів у 2010 – 2014 рр. дозволяло задовольнити (забезпечені коштами) потреби населення Полтавської області у цій продукції. І більше того, здатне постачати частину товарів на ринків інших регіонів (виробництво овочів на одного мешканця значно перевищує його споживання). По фруктах, навпаки, можливості садівництва Полтавської області не відповідали величині платоспроможного попиту регіональних мешканців, тому нестача продукції задовольнялась за рахунок ввезення аналогічних товарів з сусідніх областей та навіть країн.

Вивчення джерел забезпеченості при споживанні плодоовочів у домогосподарствах Полтавщини показало, що при відносній стабільності споживання овочів та фруктів всіма домогосподарствами даний показник значно відрізняється за ознаками: адміністративно-територіальної приналежності, наявності власного виробництва (особистих підсобних господарств), складу сім'ї, її доходів. Слід зазначити, що у сільській місцевості, кожна особа споживала менше плодоовочевої продукції, ніж у місті (дана диспропорція зростає): по овочах – на 2,5-3,5 кг, фруктах – 1,5-3,0 кг.

Стримуючим фактором споживання плодоовочевої продукції у Полтавській області є низькі доходи населення та, відповідно, витрати, які вони здатні понести при придбанні товарів продуктової групи. Основні результати проведеного нами вивчення залежності споживання овочів та фруктів мешканцями Полтавської області від рівня доходів, а також індивідуальних потреб наведено у додатку З та таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Результати опитувань населення Полтавської області щодо можливостей споживання ними овочів та фруктів

Запитання	Варіанти відповідей	Кількість респондентів, осіб.			Структура, %		
		чоловіки	жінки	у цілому	чоловіки	жінки	у цілому
Чи дозволяє Ваш сімейний бюджет мати плодоовочеву продукцію у щоденному раціоні?	так	12	15	27	8,0	10,0	18,0
	ні	26	98	123	17,0	65,0	82,0
Чи достатньо Ви споживаєте овочів та фруктів?	достатньо	11	6	17	7,0	4,0	11,0
	недостатньо	27	107	134	18,0	71,0	89,0
Які основні причини їх недостатнього споживання?	брак часу на придбання	8	23	30	5,0	15,0	20,0
	нестача грошових коштів	17	84	101	11,0	56,0	67,0
	не люблю	14	6	20	9,0	4,0	13,0
Вкажіть щомісячну суму, яку Ви витрачаєте на придбання продукції плодоовочевої групи?	200 грн.	8	9	17	5,0	6,0	11,0
	500 грн.	11	62	72	7,0	41,0	48,0
	1000 грн.	9	29	38	6,0	19,0	25,0
	більше 1000 грн.	11	14	24	7,0	9,0	16,0
У випадку зростання доходів, чи зросте споживання?	так	26	62	87	17,0	41,0	58,0
	ні	12	51	63	8,0	34,0	42,0

Джерело: власні дослідження

Як бачимо, 89,0% загальної кількості опитаних нами покупців овочів та фруктів вважають, що останні споживаються ними у недостатній мірі. При цьому по жінках цей відсоток більший, ніж по чоловіках. Головною причиною недостатності споживання овочів та фруктів для більшості покупців є нестача коштів для їх придбання (67,0% опитаних). По жінках частка осіб, що надали таку відповідь становить 65,0%, по чоловіках – 17,0%, а у цілому – 82,0%. З

підвищенням розмірів доходів 58,0 % опитаних стануть більше споживати овочів та фруктів. При цьому по жінках розмір цього показника на 26,0 % є вищим, ніж по чоловіках.

Що стосується обсягів витрат на купівлю плодоовочевої продукції, то вони виглядають наступним чином: 11,0 % опитаних витрачають 200 грн. щомісяця, 48,0 % – 500 грн., 25,0 % – 1000 грн. і більше 1000 грн. лише 16,0 % респондентів. Слід відмітити, що при розподілі відповідей на ці запитання відзначалась перевага на користь жінок, саме вони складали більше 70,0 % опитаних. Така різниця у розподілі пояснюється тим, що жінки приділяють більшу увагу раціону споживання з точки зору медичних рекомендацій.

Слід вказати, частота споживання плодоовочевої продукції різними категоріями споживачів та вимоги щодо купованих овочів та фруктів значно відрізняться. Як показали проведені нами опитування покупців, розподіл їх відповідей за різними питаннями неоднаковий. Інформація щодо вказаного дослідження наведена у таблиця 2.11.

Таблиця 2.11

Результати опитувань населення Полтавської області щодо споживання ними овочів та фруктів

Запитання	Варіанти відповідей	Кількість респондентів, осіб			Структура, %		
		чоловіки	жінки	у цілому	чоловіки	жінки	у цілому
Як часто Ви споживаєте овочі та фрукти?	щодня	18	38	56	12,0	25,0	37,0
	кілька разів на тиждень	17	68	84	11,0	45,0	56,0
	раз на тиждень	3	8	11	2,0	5,0	7,0
	раз на місяць	0	0	0	0,0	0,0	0,0
Що для Вас є пріоритетним при виборі овочів та фруктів?	корисність	12	18	30	8,0	12,0	20,0
	екологічність	15	44	59	10,0	29,0	39,0
	смакові властивості	3	24	27	2,0	16,0	18,0
	зовнішній вигляд	8	27	35	5,0	18,0	23,0
Що впливає на вибір Вами плодоовочевих продуктів?	ціна	12	45	57	8,0	30,0	38,0
	якість	17	29	45	11,0	19,0	30,0
	виробник	5	12	17	3,0	8,0	11,0
	реклама	5	27	32	3,0	18,0	21,0

Джерело: власні дослідження

Так, 56,0 % опитаних зазначили, що мають можливість споживати овочі та фрукти декілька разів на тиждень, 37,0 % – щодня, 7,0 % – лише раз на тиждень, що свідчить про досить великі обсяги споживання плодоовочевої продукції у Полтавському регіоні. Позитивно, що для 59,0 % споживачів овочів та фруктів на першому плані знаходиться корисність та екологічність продукції, не менш важливими при цьому є її зовнішній вигляд і смакові властивості. При цьому по жінках цей відсоток був вищим, ніж по чоловіках, що свідчить про їх більш високу вимогливість до корисності продуктів, які споживаються їх родинами.

Основною причиною, що стримує зростання обсягів споживання овочів та фруктів, для 38,0 % опитаних – високі ціни, що вказує на низький рівень доходів населення регіону.

Причому по чоловіках, порівняно з жінками, відсоток осіб, що надали таку відповідь, більш високий. Проте, для 30,0 % респондентів якість продукції є основним критерієм її вибору.

При цьому малозабезпечені верстви населення із середньодушовими сукупними доходами нижче прожиткового мінімуму споживали овочів та фруктів набагато менше, ніж середньостатистичний мешканець Полтавщини. Крім того, на споживання плодоовочевої продукції впливав чисельний склад членів сім'ї. Так, родини з дітьми до 18 років на придбання овочів та фруктів витрачали значно менше, ніж домогосподарства без дітей, а із зростанням кількості останніх споживання аналізованих продуктів скорочувалося ще у 2 рази. Невисокий рівень купівельної спроможності жителів нашого регіону (та країни у цілому), певною мірою зумовлений традиціями населення (особливо, сільської місцевості) віддавати перевагу домашнім заготівлям та найголовніше – низькими рівнями доходів, які не відповідають прожитковому мінімуму. Проте, в цілому, за досліджуваний період, спостерігається тенденція до зростання попиту на плодоовочеву продукцію та її споживання у покращенні раціону харчування. Отже, місцевим виробникам при плануванні господарської діяльності необхідно враховувати зазначені диспропорції у доходах та смаках

населення з метою максимального задоволення попиту споживачів. Результатом такого реагування має стати розширення існуючого асортименту продукції по цінових сегментах (нижній, середній, преміальний тощо) по покупцях з різними рівнями доходів.

При врахуванні споживчого аспекту розвиток регіонального плодоовочевого ринку має орієнтуватись на споживачів міст, оскільки рівень їх самозабезпеченості є досить низьким. При чому, протягом 2010 – 2014 рр. саме за рахунок купівлі фруктів відбулось розширення споживання у міських і сільських домогосподарствах на 16,0 та 18,4 кг відповідно (рис. 2.2).

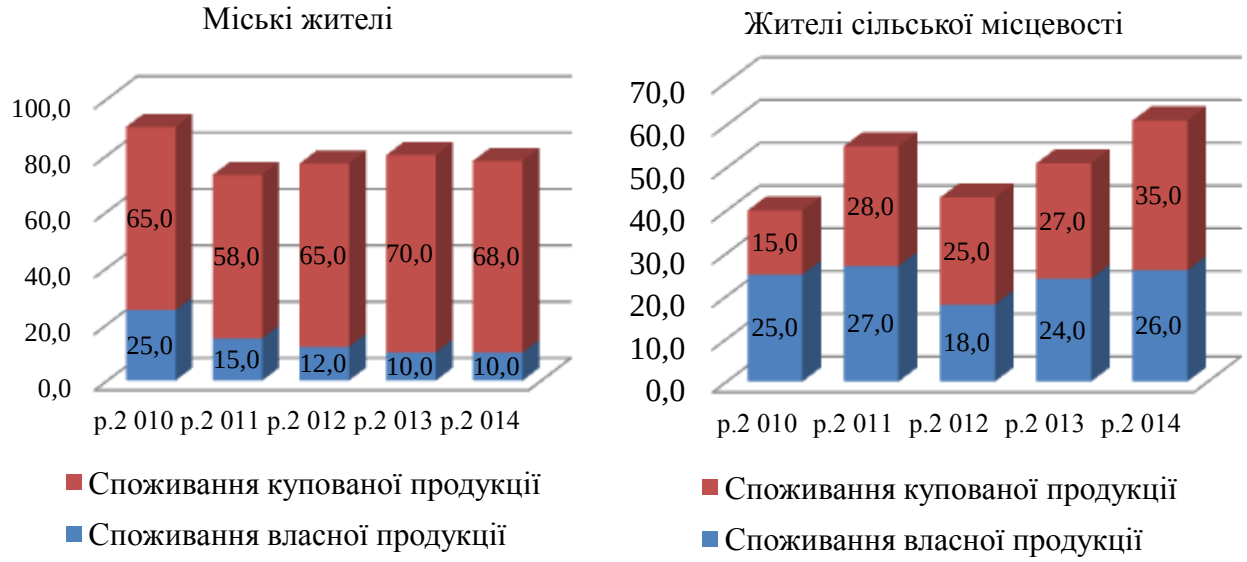


Рис. 2.2. Рівень споживання плодоовочевої продукції за напрямами надходження, кг на 1 особу в рік

Джерело: [210, 211]; власні дослідження

Відносно останньої групи споживачів, слід зазначити, що їм характерне краще забезпечення продукцією, що зумовлено наявністю власного виробництва, але в середньому у 1,5 рази менший рівень споживання порівняно з міськими домогосподарствам. Відображені тенденції джерел споживання фруктів дають підстави для розвитку торгівлі даними видами товарів на ринку.

Слід зазначити, що стабільність економічного положення є одним із основних факторів розвитку аграрного ринку загалом, та плодоовочевого зокрема. Як переконує досвід, попит на плодоовочеву продукцію зростає за

умови збільшення реальних доходів населення. У свою чергу, розміри доходів населення, насамперед, визначаються рівнем його зайнятості в економічній діяльності країни. Зростання добробуту споживачів викликає суттєві зміни у попиті на продовольчі товари. Збільшення обсягів їх споживання є однією з основних характеристик соціально орієнтованої ринкової економіки. Рівень добробуту громадян кожної країни характеризується показниками набору споживчого кошика, де плодоовочева продукція займає вагоме місце.

Досвід, переконливо доводить, що збільшення доходів та благополуччя населення позитивно впливає на зростання рівня споживання, всіх без виключення продуктів харчування. Стимулювати обсяги продажу овочів, фруктів і ягід важко без забезпеченості населення життєво необхідними групами товарів, таких як хліб та хлібобулочні вироби, крупи, картопля й овочі, молоко, м'ясо, яйця, риба, олія, цукор. Динаміка співвідношення рівнів виробництва та споживання основних видів агропродовольчої продукції представлена на рисунку 2.3.

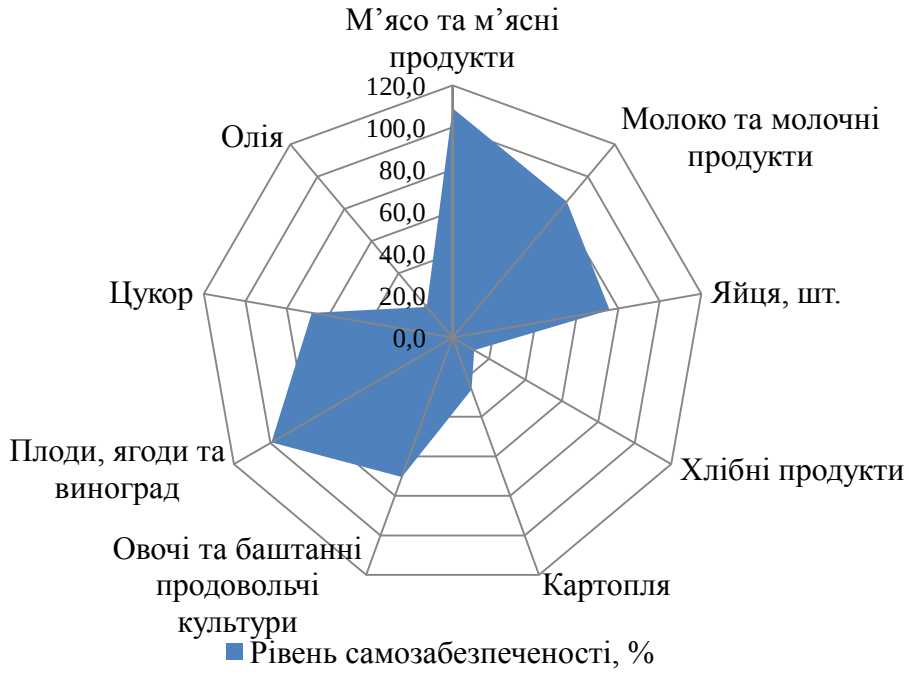


Рис. 2.3. Динаміка рівня забезпеченості населення основними видами продукції

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Крім того, диспропорції у структурі спожитого продовольства існують між етнічними групами, між чоловіками й жінками, а також віковими групами тощо. В залежності від традицій певного регіону, смаків та пристрастей його споживачів мають місце конкретні набори продуктів харчування, які відповідають (або ні) науковим нормам споживання [231, с. 140].

Дослідження показало, що існують досить значні відмінності у виробництві та споживанні основних видів продукції в розрахунку на одну особу в Україні і таких економічно розвинутих країнах ЄС, які безпосередньо впливають на формування повноцінного плодоовочевого ринку (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Порівняльний аналіз рівня споживання плодоовочевої* продукції в Україні та Полтавській області з країнами Європейського Союзу, в розрахунку на одну особу за рік, кг

Продукт	2000 р.	2010 р.	2014 р.	2014 р. у % до 2000 р.	2014 р. у % до 2010 р.	Реко-мендо-вані норми	2014 р. до норми, %	Країни ЄС 2014 р.	ЄС 2014 р. до 2010 р., %
Україна									
Овочі	102,5	101,7	162,8	158,8	160,1	161,0	101,1	124,6	76,5
Плоди та ягоди	47,4	29,3	52,6	111,0	179,5	90,0	58,4	110,7	210,5
Полтавська область									
Овочі	109,9	129,6	198,9	181,0	153,5	161,0	123,5	124,6	62,6
Плоди та ягоди	55,4	16,4	52,3	94,4	318,9	90,0	58,1	110,7	211,7

*Наведені обсяги включають продукцію баштанних продовольчих культур і виноград

Джерело: розраховано за даними [212]; дані продовольчих балансів FAO (Food Balance Sheets).

Спостерігається позитивна тенденція у споживанні плодоовочевої продукції як в Україні загалом, так і у Полтавській області зокрема. Так, рівень річного споживання овочів в Україні у 2014 р. наблизився до науково обґрунтованої норми, і становив 162,8 кг на одну особу (що на 60 % перевищує показники 2000 та 2010 рр.) і є вищим порівняно з усередненим показником по країнам ЄС. Споживання плодів та ягід також зростає, проте становить лише 58,4 % від рекомендованої норми. Слід зазначити, що середньостатистичний

житель країн Європейського Союзу в порівнянні з українцем споживає у 2,1 рази більше плодово-ягідної продукції, проте значно менше овочевої.

Водночас, аналізуючи аналогічні показники споживання плодоовочевої продукції у Полтавській області у 2014 р. слід зазначити, що річне споживання овочів перевищує рівень 2000 р. на 81,0 % і рівень 2010 р. на 53,5 %; на 23,5 % перевищує рекомендовану норму і на 62,6 % вище рівня країн ЄС. Стосовно, плодово-ягідної продукції, то її рівень споживання на одну особу, порівняно з 2010 р. зріс у 3 рази, проте залишається на досить низькому рівні і становить лише 58,1 % від норми.

Поступовий перехід вітчизняного аграрного сектора до моделі сталого розвитку, повинен призвести до зростання обсягів виробництва плодоовочевої продукції, при незначних нинішніх темпах зростання доходів населення і позитивно вплинути на місткість ринку загалом.

Використавши вихідні дані щодо розвитку демографічних перспектив України на період до 2026 р., щодо очікуваної чисельності населення у 2020 р., які обґрунтовані вченими НАН України [232, с. 52] і розрахункові показники реально можливого платоспроможного попиту населення, нами здійснено прогноз потенційної місткості плодоовочевого ринку Полтавської області по основних видах продукції (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Прогнозування потенційної місткості плодоовочевого* ринку Полтавської області на 2017 – 2020 рр.

Продукція	Фактичний обсяг 2014 р.			Прогноз обсягу споживання				Потенціал ↑ (↓) обсягів споживання для потреб жителів, 2017 р. до 2012 р.	
	Вироб-ництво, тис. ц	Споживання		2017 р.		2020 р.			
		всього, тис. т	на одну особу, кг	всього, тис. т	на одну особу, кг	всього, тис. т	на одну особу, кг	тис. т	%
Овочі	491,9	290,0	196,9	360,0	215,0	400,0	225,0	110,0	137,9
Плоди та ягоди	91,4	80,8	54,9	110,0	75,0	175,0	90,0	94,2	216,6

*Наведені обсяги включають продукцію баштанних продовольчих культур і виноград

Джерело: розраховано за даними [210, 211, 212]

Аналіз даних таблиці 2.5 показує, що потенціал зростання обсягів споживання плодоовочевої продукції в області є досить високим, зокрема, овочів – 137,9 %, плодів та ягід – 216,6 %.

Для забезпечення рекомендованих науково-обґрунтованих фізіологічних норм харчування рівень попиту на регіональному плодоовочевому ринку повинен зрости. Це вимагає зростання сукупних витрат на одну особу у 5-6 разів. Основними складовими такого зростання повинно стати покращення економічної ситуації, сталий розвиток сільського господарства, зростання продуктивності праці тощо.

Саме тому, на наступному етапі дослідження пропонуємо детальніше розглянути експортні можливості галузі. При цьому слід зауважити, що зовнішня торгівля плодоовочами у Полтавській області розвивається і набирає обертів, про що свідчить позитивне сальдо зовнішньоторговельного балансу (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Товарна структура зовнішньої торгівлі, тис. дол. США

Роки	Овочі		Плоди та ягоди	
	Експорт	імпорт	Експорт	Імпорт
2010	1642,5	248,6	569,7	149,6
2011	1817,0	426,5	285,8	108,6
2012	2288,9	514,3	1312,4	208,6
2013	2960,3	643,1	328,5	108,0
2014	3256,9	895,6	1618,1	406,6

Джерело: розраховано за даними [208, 209, 280-285]

Так, за 2010 – 2014 рр. спостерігається зростання обсягів експорту як овочевої – на 1614,4 тис. дол. США (на 98,2 %), так і плодово-ягідної продукції – на 1048,4 тис. дол. США (1,8 рази). Насамперед, експорт був представлений овочами як відкритого так і закритого ґрунту, а також групами зерняткових та кісточкових плодів та ягід. Так, у 2014 р. до Польщі було експортовано овочів (огірки, помідори, капуста, столові морква та буряк, цибуля) на суму 998,9 тис. дол. США; плодів (яблук, груш, абрикос, вишень) та ягід – на 765,3 тис. дол. США. Найбільше продукції плодоовочевої групи було

імпортовано з Туреччини, її частка у загальному обсязі становила більше 32,0 %.

У 2014 р. у країни СНД експорт склав – 1817,0 тис. дол. США по групі овочевих культур та на суму 285,8 тис. дол. США по плодам та ягодам; до Польщі було експортовано овочів на суму близько 1750,0 тис. дол. США. Натомість основними імпортерами були країни Європейського Союзу, у 2014 р. було ввезено овочів на суму 643,1 тис. дол. США.

На кінець 2014 р. показник експорту плодоовочевої продукції до країн ЄС зріс до позначки 755,8 1 тис. дол. США; при цьому імпорт аналогічної продукції становив лише – 406,6 тис. дол. США.

Від так, у 2010 – 2014 рр. імпорт плодоовочевої продукції на регіональний ринок здійснювали з 12 країн світу. При цьому спостерігалися зміни у складі країн-постачальників плодоовочевої продукції. Найбільші обсяги овочів надходили з країн Азії та Європи (Туреччини й Німеччини) та країн СНД. Що стосується фруктів, то протягом досліджуваного періоду їх закуповували головним чином у країнах Америки (насамперед, в Еквадорі). А операції з зовнішньоекономічної діяльності на ринку плодоовочевої продукції Полтавщини здійснювалися переважно посередницькими організаціями

Дані про частку імпортних товарів у товарообороті плодоовочевого ринку Полтавської області наведено у таблиці 2.15.

Аналізуючи дані таблиці 2.15, можна зробити висновок про зростання залежності регіону від зовнішніх поставок плодоовочів, адже їх частка у загальному товарообороті області за досліджуваний період зростає по всім групам товарів плодоовочевої групи та продукції її переробки.

Говорячи про імпортовану до Полтавської області продукцію, слід зазначити, що її обсяги перевищували експорт, але середній коефіцієнт його покриття (у зв’язку з розширенням зовнішнього ринку) зменшувався. Це пов’язано, у першу чергу, з розширенням ввезення продуктів промислової переробки овочів й плодів, які є нехарактерними для спеціалізації регіону.

Таблиця 2.15

Питома вага продажу імпортних товарів у оптовому та роздрібному товарообороті торгової мережі Полтавської області, %

Продукція	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
у роздрібному товарообороті, %					
Продовольчі товари – усього	9,3	8,4	9,5	11,2	11,6
Овочі	6,5	6,3	6,9	11,9	17,5
Плоди, ягоди, виноград, кавун, диня	30,9	36,0	41,1	51,2	52,7
Консерви овочеві	17,3	16,6	17,2	17,9	19,3
Консерви фруктово-ягідні	22,9	29,8	40,3	49,1	52,8
в оптовому товарообороті, %					
Продовольчі товари – усього	4,1	4,8	4,3	3,6	3,8
Соки фруктові та овочеві	0,2	0,6	3,8	0,6	2,2
Овочі консервовані натуральні	18,5	14,8	24,6	18,9	21,3
Овочі, фрукти, горіхи, гриби консервовані	10,9	11,5	6,2	6,2	8,3

Джерело: розраховано за даними [280-285]

Серед різноманіття імпортованої плодоовочевої продукції важко виділити ті види, яким населення області віддавало перевагу (оскільки смаки регіональних покупців змінювалися). Проте, згідно з проведеним дослідженням у структурі імпортованих овочів переважно домінували сушені та заморожені продукти, при цьому вони представляли близько 80,0% загальнообласного імпорту. З числа фруктів найбільшою популярністю користувалися такі «екзотичні» продукти, як банани та цитрусові, що призводить до значного скорочення попиту населення на продукцію вітчизняного виробництва.

Формування регіональних плодоовочевих ринків відбувається у єдності з розвитком загальнодержавного і значною мірою визначається рівне залежності держави від імпортних закупівель окремих видів плодоовочів; рівня самозабезпеченості держави товарами плодоовочевої групи; збалансованістю попиту і виробництва продукції (табл. 2.16).

Від так, загалом спостерігається відносно слабка залежність внутрішнього ринку від імпортних закупівель по овочам та продовольчим баштанним культурам – 3,5 % у 2014 р. про що свідчить наявність цих продуктів на ринку. Сильна залежність плодоовочевого ринку України від імпорту у 2014 р. спостерігалась по плодах, ягодах і винограду – 36,0%.

Таблиця 2.16

Залежність внутрішнього ринку плодоовочевої* продукції від імпорту і рівень самозабезпеченості потреб України у товарах плодоовочевої групи

Продукція	2010 р.		2012 р.		2014 р.		2014 р. +/- до 2010 р.	
	Рівень залежності від імпорту, %	Рівень самозабезпеченості, %	Рівень залежності від імпорту, %	Рівень самозабезпеченості, %	Рівень залежності від імпорту, %	Рівень самозабезпеченості, %	Рівень залежності від імпорту, %	Рівень самозабезпеченості, %
Овочі	0,7	99,6	0,5	99,5	3,5	96,5	2,8	-3,1
Плоди та ягоди	12,3	87,7	9,6	90,4	36,0	64,0	23,7	-23,7

*Наведені обсяги включають продукцію баштанних продовольчих культур і виноград

Джерело: розраховано за даними [212]

Характерно, що за період 2010 – 2014 рр. залежність внутрішнього овочевого ринку зросла на 2,8 %.

Таким чином результати проведеного аналізу є свідченням невідповідності сучасного рівня розвитку плодоовочевого ринку України вимогам часу, зокрема, його неспроможності задовольнити внутрішній попит. Крім цього, незадовільний стан в аграрному секторі і незбалансованість регіонального ринку призвели до високого рівня натуралізації плодоовочевого виробництва.

Зі вступом України до СОТ, ринок плодоовочевої продукції опинився в прямій залежності від кон'юнктури світового ринку, яка, головним чином, залежала від протекціоністської політики розвинутих країн. Відкриті Україною кордони для вивезення сільськогосподарської сировини сприяли ввезенню імпортної продукції, яка витіснила вітчизняну із внутрішнього ринку. Переорієнтування на завезення готової продукції наповнило вітчизняний ринок імпортними товарами, але реального поліпшення харчування населення не сталося, навпаки, воно значно погіршилось. Тому необхідним, на даному етапі розвитку є активізація державної політики протекціонізму та нормативно-правового забезпечення, з метою захисту національного виробника.

2.2. Динаміка і структура виробництва плодоовочевої продукції

Полтавській області належить одне із провідних місць у розвитку плодоовочівництва Центральної частини України, де зосереджений багаторічний досвід та традиції. Щороку, завдяки овочівникам та садівникам Полтавщини валові збори овочів, плодів та ягід Лісостепового регіону поповнюються на 10-18 %. Овочівництво і садівництво завжди були традиційними галузями Полтавської області. Їх розвиток заснований, перш за все, на сприятливих ґрунтово-кліматичних умовах та значних потребах населення регіону у цінних продовольчих продуктах, а переробної промисловості – у сировині.

Територія Полтавської області розташована в центральній і північно-східній частинах України, майже цілком у межах Придніпровської низовини, на лівобережжі басейну Дніпра. Виняток становить невелика ділянка площею близько 150 км^2 на правому березі басейну Дніпра, в межах Придніпровської височини. Понад 92% площі області знаходиться у межах природної зони лісостепу, і тільки біля 8% (її крайня південно-східна частина) – у межах степової природної зони.

Головна особливість економіко-географічного розташування області є наявність найбільшої кількості областей-сусідів. На півночі межує з Чернігівською та Сумською, на сході з Харківською, на півдні з Дніпропетровською та Кіровоградською, на заході з Київською та Черкаською областями України. Протяжність території з півночі на південь 213,5 км, а із заходу на схід 245 км. Загальна протяжність меж Полтавської області становить приблизно 1100 км, з яких 162 км по акваторіях Кременчуцького та Дніпродзержинського водосховищ.

Полтавська область займає площу 28,7 тис. км^2, що становить 4,8 % території України (співмірна з територією Албанії чи Бельгії). За цим показником займає 6-те місце серед інших регіонів України.

Чисельність населення на 1 січня 2015 року становила 1441,1 тис. осіб, із яких 884,0 тис. осіб (61,3 %) міські жителі і 557,1 тис. осіб (38,7 %) – сільські. До складу області входить 25 адміністративних районів, 15 міст, у тому числі – 5 обласного, 10 районного підпорядкування, 21 селищ міського типу, 1823 сільських населених пунктів. Серед міст Полтавської області переважають малі міста з населенням до 50 тис. жителів, у тому числі в 10 містах кількість жителів не перевищує 25 тис. осіб. Більшість міст області має слабку містотвірну базу, і їхній розвиток протягом останніх 15-20 років характеризується невеликою динамікою. Такий стан, з одного боку, дозволяє нарощувати виробництво плодоовочевої продукції за рахунок сільського населення, а з іншого – знижує попит на плодоовочевому ринку через обмеженість чисельності міського населення.

Так, згідно з дослідженнями економістів-аграрників Інституту аграрної економіки [15, 31, 100, 109] у порівнянні з іншими областями України, в цілому Полтавщина досить позитивно виділяється з позицій рівномірного розміщення наявного сільського населення по регіону. Оскільки галузь плодоовочівництва є досить трудомісткою, відчутно проявляється вимогливість щодо забезпечення виробництва плодоовочевої продукції трудовим ресурсами. Звідси, необхідність поглибленого вивчення наявності сільського населення, особливо з позицій працездатності та статевої структури (табл. 2.17). Слід наголосити також на змінах, що сталися за досліджуваний період, відносно загальної чисельності населення, яке формує споживчий попит на плодоовочі на регіональному ринку.

Загальна чисельність населення області на 1 січня 2015 р. становила 1441,1 тис. осіб, із яких 884,0 тис. осіб (61,3 %) міські жителі і 557,1 тис. осіб (38,7 %) – сільські. Загалом позитивним для розвитку плодоовочевого ринку є те, що майже 80 % населення області проживає у населених пунктах з кількістю жителів понад 500 чоловік. А, переважна більшість міських жителів, у загальній структурі, стимулює зростання обсягів виробництва товарної продукції плодоовочівництва.

Таблиця 2.17

Динаміка чисельності та зайнятості сільського населення Полтавської області, 2002 – 2015 рр., тис. осіб

	2002 р.	2005 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2014 р. від 2010 р.
Усе населення	1621,2	1564,6	1491,7	1479,9	1469,3	1460	1450,4	1441,1	-50,6
Сільське населення	677,0	640,9	591,0	583,4	576,3	570,1	563,1	557,1	-33,9
Чоловіки	307,3	292,5	271,8	269,0	266,3	264,2	261,3	259,0	-12,8
Жінки	369,7	348,4	319,2	314,4	310,0	305,9	301,9	298,1	-21,1
Питома вага сільського населення, %	41,8	41,0	39,6	39,4	39,2	39	38,8	38,7	-0,9
Чоловіків	41,4	40,9	39,8	39,7	39,5	39,4	39,2	39,1	-0,7
Жінок	42,1	41,1	39,5	39,2	39,0	38,7	38,5	38,3	-1,2
Сільське населення у віці 15-64 роки	419,3	397,6	382,4	382,6	380,2	1020,3	1010,1	996,3	613,9
Чоловіки	205,7	196,0	189,4	189,7	188,8	489,4	485	479,3	289,9
Жінки	213,6	201,6	193,0	192,9	191,4	530,9	525,1	517	324
Питома вага сільського населення у віці 15-64 роки, %	38,1	37,4	36,9	37,0	37,0	37,1	37	37	0,1
Чоловіків	39,1	38,6	38,2	38,3	38,4	38,4	38,3	38,3	0,1
Жінок	37,2	34,6	35,8	35,8	35,8	35,8	35,7	35,8	0,0
Чисельність зайнятого населення	629,6	690,3	644,8	654,2	667,3	652,7	648,3	602,9	
у сільському господарстві	118,2	165,3	116,7	127,5	131,6	126,6	128,5	120,6	

Джерело: розраховано за даними [208, 209]

Населення є основним суб'єктом регіонального розвитку, його чисельність, структура, розміщення та інші якісні показники є індикаторами розвитку економіки регіону. У свою чергу, склад і характер зайнятості мають значний влив на формуваня та розвиток виробництва та сфери обслуговування.

Згідно з статистичними даними трудові ресурси області становлять близько 45,4 % від загальної кількості населення. Основне джерело їхнього формування – населення працездатного віку (91,0 %), особи старшого віку (8,9 %), підлітки (0,1 %). Із загальної кількості трудових ресурсів у 2012 р. – 19,7 % зайнято у сільському господарстві (без учнів та осіб, зайнятих в

особистому і домашньому господарстві). Незважаючи на низький рівень зайнятості, спостерігається позитивна тенденція до його зростання як по області загалом, так і у сільському господарстві зокрема.

Аналіз статистичних даних досліджуваного регіону засвідчує, що за досліджуваний період (2002 – 2015 рр.) загальна чисельність населення області неухильно (на 9-11 тис. осіб щорічно) скорочується. Так, у 2010 р. на Полтавщині проживало 1491,7 тис. осіб, що на 50,6 тис. осіб менше ніж у 2015 р., тобто чисельність населення регіону за десятиліття зменшилася на 12,4 %. Слід зазначити, що скорочення чисельності сільського населення відбувається вищими темпами, порівняно із скороченням загальної кількості жителів. Такі демографічні процеси варто оцінювати негативно, як з точки зору перспектив розвитку плодоовочевого ринку, так і розвитку регіону загалом, оскільки підривається одна із основних складових формування ринкового попиту – чисельність населення.

У Полтавській області переважають підвищені форми рельєфу. Ґрунти відзначаються значною дренованістю, добре і задовільно забезпечені вологою. Більшість глибокогумусних ґрунтів мають високу потенційну родючість. Найбільш поширені в даній зоні чорноземи типові мало та середньо гумусні, чорноземи опідзолені, світло-сірі та темно-сірі лісові ґрунти. Клімат області помірно континентальний. Середня літня температура +20°С, а зимова -5°С.

Значна протяжність області із північного заходу на південний схід зумовлює поступове зменшення кількості атмосферних опадів в інтервалі 580...480 мм за рік і зростання дефіциту зволоження, що відбивається на якісному складі рослинності та ґрунтів у вказаному напрямкові.

Загалом природні умови сприятливі для вирощування овочевих та усіх сільськогосподарських культур. За умов зрошення тут можна вирощувати високі врожаї плодових та ягідних культур. Ці умови істотно впливають на регіональну спеціалізацію, а разом з особливостями сільського розселення – й на територіальну організацію сільськогосподарського виробництва, зокрема плодоовочівництва. Полтавська область завжди вирізнялася високою

культурою землеробства та зерно-буряковим напрямком виробництва з достатньо розвинутим плодоовочівництвом. Але за останнє десятиріччя плодоовочевий напрямок зазнав занепаду. Тому для вирішення цієї проблеми потрібні принципово нові підходи, що ґрунтуються на всебічному дослідженні та аналізі передумов становлення плодоовочевої галузі в області.

Вивчення архівних та статистичних матеріалів показало, що у виробництві овочів та фруктів приймали участь як державні та недержавні підприємства, які займалися виробництвом та переробкою продукції, а також виробничі кооперативи, фермерські господарства, особисті господарства населення. При цьому асортимент виробленої продукції був досить широкий: капуста, огірки, помідори, буряки, морква, цибуля, часник, гарбузи столові, кабачки, перець солодкий і гіркий, яблука, груші, сливи та інші.

Забезпеченням області овочами та продуктами їх переробки займалася організація Полтаваплодоовочпром, що об’єднувала потужні консервні заводи Полтавський, Миргородський, Хорольський, Зінківський, Новосанжарський, Глобинський (Кременчук), а також 2 державні – Пирятинський та Лютенський.

У 1961 році у Полтаві діяло овочесховище місткістю 3750 т, у якому на зберігання закладалося близько 52 т яблук, 36 т картоплі, 15 т буряків, 12 т моркви, 6 т цибулі. Всього закладалося понад 2000 т фруктів, городини та картоплі. Вся продукція зберігається у спеціальних контейнерах та ящиках. Продукція постачалася з Диканського, Полтавського та інших районів області, а відтак, забезпечувалося безперебійне постачання полтавців свіжими фруктами та овочами протягом усього року.

Також діяв консервний цех Полтавського тампонажного управління. У сезон тут випускалося близько 788 тис. умовних банок овочевих консервів: помідорів, огірків, томатного соку, буряків столових з цибулею, капусти маринованої та квашеної. З фруктових консервів виготовлялося повидло яблучне, яблучний сік, компоти зі слив та чорноплідної горобини.

У Кременчуцькому районі реалізацією свіжих овочів займався оптово-роздрібний комбінат і система райспоживспілки. Переробкою плодоовочевої

продукції займався консервний цех при комбінаті потужністю 1 млн. умовних банок та Глобинський консервний завод, який у сезон переробляв до 6 тис. тонн овочів. Основними видами продукції були абрикосовий, томатний, яблучний, сливовий соки, яблучне пюре, ікра кабачкова, огірки, помідори та інша консервована продукція. Сировина надходила із Глобинського, Новосанжарського, Світловодського, Кременчуцького районів, в основному від сільгоспвиробників та особистих селянських господарств. Вироби реалізовувалися як на території області, так і поставлялися у 15 областей України, а також Білорусь, Казахстан, Німеччину, США.

Пирятинський консервний завод потужність якого становила приблизно 578 тис. умовних банок консервів: зеленого горошку 483 тис. умовних банок, 103 тис. банок ікри кабачкової, 25 тис. банок огірків консервованих, вишневих компотів із ягід. Огірки закуповували у населення, помідори завозили із Південних районів Полтавщини. Овочеві потужності заводу забезпечували овочевими консервами споживачів не тільки з України; огірки, томати, зелений горошок, ікру відправляли на Далекий Схід, в Білорусію, Середню Азію та ін.

«Комишнянський консервний завод» на Миргородщині з потужністю 365 тис. умовних банок овочевих консервів – огірків, помідорів, капусти, столових буряків, моркви, березового соку, слив тощо. На підприємстві налагоджені зв’язки з переробними підприємствами області та місцевими фермерами, які поставляли моркву, кабачки, капусту, столові буряки, а також з фермерами Криму та Херсонської області, які забезпечували потужності помідорами.

Фруктопереробний цех у КП «Іскра», де за сезон оброблялося 135 тонн яблук, з яких виготовлялося близько 84 тонн соку, частину якого відправляли на Миргородський консервний комбінат та до дитячих садків. Користувалися послугами цеху і населення, де із зданих яблук вироблялося для домашньої консервації більше 2,5 тонн соку.

Плодоконсервний завод «Світанок», що ритмічно та стабільно працював протягом тривалого періоду. Основна продукція: березовий та томатний соки, огірки, помідори, потужність підприємства становила 500 тис. умовних банок.

Особливо популярними видами продукції був салат із столових буряків та гарнір з моркви. На території заводу були розміщені теплиці, де працівники підприємства займалися вирощуванням огірків, зеленої цибулі, укропу, петрушки та помідорів.

Стабільним попитом користувалася продукція Котелевського консервного заводу. Яка позиціонувалася як продукція, що не містить консервантів та стабілізаторів, «виготовлена за вітчизняними рецептами та є натуральною». Основні види продукції підприємства – консервовані огірки, томати, кабачкова ікра, фруктові соки [206].

Проте, більшість підприємств зіткнулася з проблемою реалізації плодоовочевих консервів: стихійний ринок заполонили барвисті низькоякісні овочеві консерви зарубіжного виробництва. Підприємство програвали в упаковці та розфасовці, за відсутності пластикової, пластмасової та іншої синтетичної тари, (продукція реалізовувалася у громіздких скляних банках, що значно ускладнювало транспортування). Відтак, споживач віддав перевагу дешевим і естетично оформленим консервам іноземного виробництва.

За період реформування аграрного сектору відбулось ряд структурних зрушень у розвитку галузі на користь дрібного плодоовочівництва та втрату позицій підприємств суспільного сектору. Ці процеси супроводжувалися істотним скорочення обсягів виробництва продукції у галузі, площ посівів та садів під багаторічними насадженнями, старінням існуючих садів, зменшенням продуктивності та ефективності їх використання. Незважаючи на наявність численних державних програм розвитку галузі, які були покликані подолати спад виробництва [213-215], передбачали бюджетну фінансову підтримку [216-217] та створювали передумови для підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції [218-221], більшість з них залишились лише задекларованими на папері. Обсяги коштів, що виділялися з місцевого бюджету були недостатніми порівняно з реальними потребами в них [221, с. 5].

Економічне становище плодоовочевої галузі регіону, значною мірою залежить від факторів мікроекономічного та макроекономічного середовища,

що функціонує тепер на засадах ринку [207, с. 688-693]. Тому необхідно дослідити економічні процеси у плодоовочевій галузі за довгостроковий (декілька десятків років) інтервал, що охоплює різні за змістом соціально-економічні періоди.

Для виявлення довгострокових тенденцій вивчалася динаміка обсягів виробництва, площ посівів і урожайності плодоовочів в усіх категоріях господарств за більш ніж 60 років (табл. 2.18). Адже відображаючи загальний розвиток плодоовочівництва Полтавщини, разом з тим, ці дані показують динаміку складових формування ринкової пропозиції овочів, плодів та ягід.

Таблиця 2.18

Динаміка показників розвитку плодоовочівництва у Полтавській області, 1950 – 2014 рр.

Роки	Овочеві культури			Плодово-ягідні культури		
	площа, га	урожайність, ц/га	валовий збір, тис. ц	площа, га	урожайність, ц/га	валовий збір, тис. ц
1950	24921,3	75,0	1457,1	4683,5	11,0	325,0
1960	29816,2	86,0	1866,2	4321,8	11,6	268,0
1970	22011,5	111,0	2475,0	4032,6	20,3	768,0
1980	22132,2	129,0	2781,3	3564,5	15,3	531,0
1990	21023,2	139,0	2856,6	2774,2	36,7	1020,0
2000	24921,3	80,0	1993,2	1152,3	19,4	223,0
2005	21561,2	163,0	3500,8	7498,3	53,4	400,1
2006	21612,3	189,0	4090,3	7421,5	49,2	364,2
2007	21325,6	188,0	3989,0	7681,3	77,5	590,1
2008	21934,1	172,0	3770,2	7389,2	90,1	664,3
2009	21822,3	197,0	4270,1	7324,6	159,4	1170,1
2010	22446,8	181,0	4055,7	6994,9	144,0	1006,4
2011	24063,4	208,0	5002,1	6570,9	143,1	939,7
2012	23739,7	207,2	4919,2	6550,8	139,5	913,8
2013	24025,3	232,5	4625,8	8803,3	165,5	1161,8
2014	23362,2	274,8	5217,4	8484,6	162,5	1064,6

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Аналіз наведених даних показує, що у своєму розвитку плодоовочева галузь області пройшла два протилежні за напрямами періоди. Перший охоплював більше ніж чотири десятиріччя і тривав до середини 90-х років. Він характеризувався нарощуванням площ плодоовочевих культур. Десятирічний період (від середини 80-х до середини 90-х років) відзначається

врівноваженням посівних площ овочевих культур та площ плодово-ягідних насаджень. Другий період розпочинається із середини 90-х років, для якого характерними стають регресивні тенденції, що, після незначного піднесення в 2000 р., в значній мірі продовжують зберігатися.

Проте, протягом років незалежності відбулися значні зміни у плодоовочевому підкомплексі. Виробництво овочів і фруктів зосередилися переважно у господарствах населення, а у сільськогосподарських підприємствах плоди і ягоди взагалі не вирощувались. Відзначимо, що недостатні обсяги виробництва плодоягідної продукції у сільськогосподарських підприємствах є основною причиною зростання у господарствах населення

Ґрунтово-кліматичні умови Полтавщини є одними з найсприятливішими для вирощування, практично, всіх груп плодоовочевих культур. За даними науково-дослідних установ, вищих навчальних закладів, сортостанцій, сортодільниць області та передового досвіду, сучасні технології вирощування забезпечують середню урожайність ранньої капусти білоголової 20-30 т/га, пізньостиглих сортів – 80-120, помідора – 60-80, огірка — 20-30, моркви та буряка столового – 60-80, кавуна – 40-60, дині – 30-40 т/га. В умовах Лісостепової частини області овочеві культури вирощують без зрошення. Тут культивують: різні види капусти, столові коренеплоди (моркву, петрушку), цибулю, часник, бобові, огірок, кабачок, патисон, менше помідора, перцю та цукрової кукурудзи [212, с. 18]. В умовах Степової зони регіону овочівництво зосереджено переважно на зрошувальних землях. Вирощують тепло вибагливі і жаростійкі культури, такі як: помідор, перець солодкий, баклажан, гарбуз, кавун, диню, кукурудзу цукрову, квасолю, менші площі відводять під різні види капусти, огірок, цибулю, столові коренеплоди, зеленні та багаторічні культури. Вирощування плодово-ягідних культур також вимагає застосування зрошувальних технологій. Потенційно природно-географічні умови області та плодоовочеве виробництво здатні забезпечити власною продукцією не лише внутрішні потреби регіонального плодоовочевого ринку, але здатні створити можливості для її експорту [212].

Уявлення про сучасні масштаби діяльності підприємств-виробників продукції плодоовочівництва на Полтавщині та місце галузі у сільськогосподарській діяльності регіону надають дані таблиці 2.19.

Таблиця 2.19

Масштаби плодоовочевої галузі в економіці Полтавської області у 2010 – 2014 рр.

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. у % до 2010 р
Валова продукція овочівництва (у постійних цінах 2010 р.), млн. грн.	1770,0	2391,5	2043,9	2023,9	2342,0	132,3
Її частка (%) у продукції: рослинництва	22,0	20,1	20,5	16,5	20,0	90,9
сільського господарства у цілому	16,1	16,0	15,3	12,6	15,1	93,8
Валова продукція садівництва (у постійних цінах 2010 р.), млн. грн.	356,9	340,6	316,0	394,4	363,0	101,7
Її частка (%) у продукції: рослинництва	4,4	2,9	3,2	3,2	3,1	70,5
сільського господарства у цілому	3,5	2,3	2,4	2,5	2,3	65,7

*Включаючи продукцію баштанництва та виноградарства

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Впродовж 2010 – 2014 рр. в області спостерігається тенденція до зростання обсягів валової продукції овочівництва (на 32,3 %) та садівництва (на 1,7 %). Проте, частка овочівництва у складі продукції рослинництва зменшуэться на 2,0 %, у продукції сільського господарства – на 1,0 %. Поряд із цим знижується і частка продукції садівництва у складі продукції рослинництва і сільського господарства у цілому (відповідно на 1,3 та 0,8 %). При цьому розвиток овочівництва відбувається поступово, а садівництва, навпаки, – нерівномірно. Проте, обидві аналізовані галузі мають важливе значення та позитивно впливають на розвиток рослинництва та сільського господарства Полтавської області.

Аналізуючи галузь плодоовочівництва, доцільно більш наглядного дослідити виробництво овочів, плодів та ягід в розрізі території України, тобто географічне розміщення посівів овочів та розміщення садів по країні. Адже, Полтавщина за посівними площами під овочами в усіх категоріях господарств

займає шосте місце в Україні (23,7 тис. га) після Херсонської (40,7), Дніпропетровської (29,5), Харківської (27,9), Львівської (26,4), Київської (24,4) областей.

Динаміка виробництва та урожайності плодоовочевої продукції у Полтавській області та в цілому по Україні за період 2010 – 2014 рр. представлена у таблиці 2.20.

Таблиця 2.20

Динаміка виробництва плодоовочевої продукції в Україні та Полтавській області за 2010 – 2014 рр.

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. у % до 2010 р.
Овочі						
Виробництво по Україні, тис. т	8122,4	9832,9	10017,0	9873,0	9638,0	165,6
у Полтавській області, тис. т	423,6	518,0	491,9	462,6	521,7	252,0
Урожайність по Україні, ц/га	173,6	195,0	199,0	200,0	208,0	185,2
у Полтавській області, ц/га	180,7	207,9	207,2	198,0	217,2	271,5
Площа по Україні, тис. га	467,8	504,1	503,2	494,1	463,2	89,3
у Полтавській області, тис. га	22,4	24,1	23,7	23,4	24,0	96,4
Структура виробництва в Україні, %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
у Полтавській області, %	5,2	5,3	4,9	4,7	5,4	152,2
Виробництво на 1 особу, кг	177,0	215,0	220,0	217,0	224,0	189,8
у Полтавській області, кг	272,0	337,0	334,0	316,0	359,0	299,2
Плоди і ягоди						
Виробництво по Україні, тис. т	1746,5	1896,3	2009,0	2295,3	1999,0	137,6
у Полтавській області, тис. т	102,5	96,0	91,4	116,2	106,5	103,9
Урожайність по Україні, ц/га	78,0	84,9	89,9	103,5	95,2	247,9
у Полтавській області, ц/га	144,0	143,1	139,5	165,5	162,5	837,6
Площа плодово-ягідних насаджень по Україні, тис. га	223,2	223,4	223,4	222,2	210,3	55,6
у Полтавській області, тис. га	7,0	6,6	6,6	7,0	6,6	57,4
Структура виробництва по Україні, %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
у Полтавській області, %	5,9	5,1	4,5	5,1	5,3	340,9
Виробництво на 1 особу, кг	38,0	41,0	44,0	50,0	46,0	153,3
у Полтавській області, кг	68,0	64,0	63,0	80,0	74,0	569,2

Джерело: розраховано за даними [210, 211, 212]

Спостерігається позитивна динаміка виробництва плодоовочевої продукції як у Полтавській області, так і в цілому по Україні. Так виробництво овочів в області збільшилося з 423,6 тис. т у 2010 р. до 521,7 тис. т на кінець

2014 р., що відбулося переважно за рахунок зростання урожайності на 37,2 ц/га або у 2,7 рази за досліджуваний період (розміри посівних площ змінювалися несуттєво). Слід зазначити, що загальнодержавний показник зростання урожайності становив лише 70,3 % середнього обласного. Однак, навіть в останній з аналізованих років на Полтавщині було вирощено лише 5,4 % загальнодержавного обсягу валового збору овочевої продукції, що свідчить при недосить ефективне використання потенціалу галузі у регіоні.

Виробництво плодів та ягід також зростає у 4,6 разів за 2010 – 2014 рр. (на 68,7 тис. т), що пояснюється інтенсивним способом ведення господарювання та постійним зростанням урожайності. При цьому, частка регіонального виробництва плодів й ягід у 2014 р. становила лише 5,3 % їх загальнодержавного урожаю.

Незважаючи на чітку тенденцію до зростання урожайності фруктів та овочів, виробники мають значні резерви до подальшого її зростання, оскільки у країнах із розвиненим виробництвом плодоовочевої продукції рівень урожайності знаходиться на значно вищому рівні.

Плодоовочівництво як одна із базових галузей виділяється лише в окремих зонах, проте її наявність характерна для всіх без винятку районів області. У свою чергу, проведений аналіз стану виробництва плодоовочевої продукції в регіоні дозволив виокремити основні передумови підвищення ефективності діяльності підприємств виробників овочів та фруктів. До них належать оптимальне використання виробничих і трудових ресурсів, дотримання технологічних процесів вирощування, ефективна організація процесу збуту, обґрунтоване ціноутворення (на основі вивчення змін кон’юнктури) на плодоовочевому ринку регіону та країни у цілому. Лише комплексне вирішення зазначених проблем сприятиме забезпеченню високоефективного ведення вітчизняного овочівництва та садівництва.

Докорінних змін зазнали організаційно-правові форми основних виробників плодоовочів. Від так, за період 2010 – 2014 рр. (додаток И) спостерігається зменшення чисельності сільськогосподарських підприємств, що

займаються вирощуванням овочів на 7 од, або на 13,5 %. Натомість зростає чисельність господарюючих суб'єктів садівництва на 4 од. (40,0 %) та ягідництва на 4 од. (80,0 %) протягом досліджуваного періоду. Проте, слід зазначити, що підприємства з виробництва овочів розміщуються рівномірнио по регіону (у кожному адміністративному районі Полтавської області), тоді як з виробництва плодів зосереджені лише у Глобинському, Карлівському, Кременчуцькому та Семенівському районах; ягід – Гадяцькому, Карлівському, Кременчуцькому та Хорольському районах.

Проте, назважаючи на наявність значної кількості суб'єктів підприємницької діяльності що займаються овочівництвом – 45, садівництвом – 14 та ягідництвом – 9 одиниць, виробництво овочів і фруктів зосереджується переважно у господарствах населення. Тому, аналіз овочівництва потребує вивчення сучасного стану площ, обсягів виробництва і урожайності продукції у розрізі їх основних товаровиробників (табл. 2.21). Такими в області виступають сільськогосподарські підприємства та господарства населення.

Таблиця 2.21

Розміри площ й зборів урожаїв овочевих культур відкритого та закритого ґрунту за категоріями господарств у Полтавській області, 2010 – 2014 рр.

Показники та категорії господарств	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. у % до 2010 р.
Зібрана площа, тис. га						
сільськогосподарські підприємства	662,2	975,0	789,4	710,8	745,1	112,5
господарства населення	21784,5	23088,4	22950,4	22657,3	23280,2	106,9
усі категорії господарств	22446,8	24063,4	23739,7	24025,3	23362,2	104,1
Урожайність, ц з 1 га						
сільськогосподарські підприємства	330,8	399,2	273,7	241,2	372,6	112,6
господарства населення	210,6	224,8	223,6	218,3	228,4	108,4
усі категорії господарств	257,8	283,9	250,9	232,5	274,8	106,6
Валовий збір, тис. ц						
сільськогосподарські підприємства	47,9	96,4	96,5	108,1	107,3	224,0
господарства населення	4007,8	4905,7	4822,7	4517,6	5110,1	127,5
усі категорії господарств	4055,7	5002,1	4919,2	4625,8	5217,4	128,6

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

При цьому, валові збори овочів в усіх категоріях господарств становлять 5217,4 тис. ц. Дані таблиці 2.3 вказують на зростання розмірів посівних площ під овочевими культурами у 2010 – 2014 рр. (на 23362,2 тис. га), що відбулося переважно за рахунок зростання площ у сільськогосподарських підприємствах на 1495,7 тис. га або на 12,5 %.

Середня урожайність овочів у регіоні за досліджуваний період зросла на 17,0 ц/га (6,6 %). Найвищий показник приросту урожайності спостерігається у сільськогосподарських підприємствах, де продуктивність вирощування овочів зростає на 12,6 %.

Разом з тим, обсяги валового виробництва овочів у Полтавській області зросли з 4055,7 у 2010 р. до 5217,4 тис. ц на кінець 2014 р. (на 28,6 %). При цьому характерною особливістю його розвитку стало зростання внеску господарств населення (у 2014 р. їх вклад у формування регіонального урожаю овочів становив 96,9 %) (табл. 2.22).

Таблиця 2.22

Структура зібраних площ овочевих культур за їх групами та категоріями господарств у Полтавській області, 2010 – 2014 рр., %

Групи овочів та категорії господарств	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р. (+/-)
Овочі відкритого ґрунту						
сільськогосподарські підприємства	2,9	4,0	3,3	2,9	3,1	+0,2
господарства населення	97,1	96,0	96,7	94,3	99,7	+2,6
усі категорії господарств	99,8	99,8	99,8	102,6	97,0	-2,8
Овочі закритого ґрунту						
сільськогосподарські підприємства	26,9	26,3	29,6	33,0	23,9	-3,0
господарства населення	73,1	73,9	70,4	74,4	69,3	-3,8
усі категорії господарств	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0
Усі овочі						
сільськогосподарські підприємства	3,0	4,1	3,3	3,0	3,1	+0,2
господарства населення	97,0	95,9	96,7	97,0	96,9	-0,2
усі категорії господарств	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

Слід зазначити, що у 2010 – 2014 рр. серед посівів овочевих культур площі відведені під групу овочів відкритого ґрунту займали більше 97,0 %. При

цьому переважна їх частина (96,0-99,7 %) була зосереджена на угіддях господарств населення. Що стосується овочівництва закритого ґрунту, то близько 30,0 % зосереджено у сільськогосподарських підприємствах, решта у господарствах населення.

Вирощування ранньої продукції зосереджувалося лише у декількох адміністративних районах: Полтавському, Кременчуцькому, Решетилівському. Таке розміщення виробництва ранніх овочів між районами Полтавської області пов’язано зі зручним розташуванням відносно внутрішньо регіональних міських ринків, що сприяє швидкому і гарантованому збуту цієї продукції.

Що стосується садівництва, то у формуванні регіонального урожаю плодів та ягід за досліджуваний період (2010 – 2014 рр.) відбулися позитивні зміни (табл. 2.23).

Таблиця 2.23

Розміри площ й зборів урожаїв плодово-ягідних насаджень за категоріями господарств у Полтавській області, 2010 – 2014 рр.

Показники та категорії господарств	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. у % до 2010 р.
Площа насаджень у плодоносному віці, га						
сільськогосподарські підприємства	2296,3	1872,2	1852,1	3512,0	3193,3	139,1
господарства населення	4698,7	4698,7	4698,7	5291,3	5291,3	112,6
усі категорії господарств	6994,9	6570,9	6550,8	8803,3	8484,6	121,3
Урожайність, ц з 1 га						
сільськогосподарські підприємства	12,0	2,0	3,8	73,3	91,6	763,3
господарства населення	208,5	199,3	193,0	211,1	190,5	91,4
усі категорії господарств	144,0	143,1	139,5	165,5	162,5	112,8
Валовий збір, тис. ц						
сільськогосподарські підприємства	26,7	3,2	7,1	170,1	169,7	635,6
господарства населення	979,7	936,5	906,6	991,7	895,0	91,4
усі категорії господарств	1006,4	939,7	913,8	1161,8	1064,6	105,8

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

Так, спостерігається зростання обсягу валового зборів плодів та ягід на 142,0 тис. ц. Наведені показники виробництва плодово-ягідної продукції пов’язані із зростанням середньої урожайності у вказаних регіонах. Підвищення рівня урожайності фруктів у Полтавській області, зумовлено його зростанням у 6,5 разів за досліджуваний період у сільськогосподарських підприємствах. При

цьому найбільш динамічно у 2010 – 2014 рр. виробництво фруктів розвивалося у сільськогосподарських підприємствах, де сконцентрована основна частка площ та валових зборів.

Проте, основна частина насаджень зосереджена у секторі господарств населення. Тут зосереджено 5291,3 га плодово-ягідних насаджень у плодоносному віці, їх площі за досліджуваний період зросли на 39,1 %. У сільськогосподарських підприємствах також спостерігається тенденція до їх зростання, і на кінець 2014 р. їх площі становили 3193,3 га.

Таблиця 2.24

Структура площ плодоносних плодово-ягідних насаджень за їх групами та категоріями господарств у Полтавській області, 2010 – 2014 рр., %

Групи фруктів та категорії господарств	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р. (+/-)
Зерняткові						
сільськогосподарські підприємства	29,3	24,7	23,8	33,6	33,1	+3,8
господарства населення	25,5	27,2	26,8	23,2	24,0	-1,5
усі категорії господарств	54,8	51,8	51,0	56,8	57,1	+2,3
Кісточкові						
сільськогосподарські підприємства	9,5	7,4	8,0	13,8	8,8	-0,7
господарства населення	28,5	30,2	30,5	25,8	26,7	-1,8
усі категорії господарств	31,5	32,6	33,1	29,9	29,3	-2,2
Горіхоплідні						
сільськогосподарські підприємства	0,2	0,0	0,1	0,7	0,9	+0,7
господарства населення	5,4	6,1	5,9	4,8	5,0	-0,5
усі категорії господарств	5,6	6,1	5,9	5,5	5,8	+0,2
Ягідники						
сільськогосподарські підприємства	1,4	1,3	1,8	1,4	1,1	-0,3
господарства населення	7,6	8,1	8,2	6,4	6,6	-1,0
усі категорії господарств	9,0	9,5	9,9	7,8	7,7	-1,3
Усі плодово-ягідні						
сільськогосподарські підприємства	32,8	28,5	28,3	39,9	37,6	+4,8
господарства населення	67,2	71,5	71,7	60,1	62,4	-4,8
усі категорії господарств	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

Аналізуючи дані таблиці 2.24, слід зазначити, що зростання площ відбулося переважно за рахунок їх збільшення у сільськогосподарських підприємствах по таких групах плодово-ягідних насаджень як зерняткові (на 3,8 %) та горіхоплідні (0,7 %). Скорочення площ відбулося під ягодами та

кісточковими насадженнями. Вказані зміни суттєво не позначилися на загальній структурі площі плодово-ягідних культур у регіоні.

Зростанню площ під окремими групами плодоовочевих культур відповідає збільшення обсягів виробництва їх валової продукції. Тоді як по інших культурах приріст урожайності компенсував понесені територіальні втрати. Тут був отриманий врожай, що значно перевищував показники базового року.

Цифрові матеріали засвідчують, що протягом останніх років за видами плодоовочевих культур в господарствах різних категорій відбулися позитивні зрушення. Так, площі посівів овочів та площі плодово-ягідних насаджень в усіх категоріях господарств зростали, а урожайність з 1 га насаджень збільшувалася.

Слід відмітити, що основу овочівництва Полтавщини становить виробництво овочів відкритого ґрунту, яке за обсягами виробництва значно перевищує овочівництво закритого ґрунту. Хоча, останнє, і не визначає загальний напрям розвитку регіонального ринку є його невід'ємною складовою (будучи економічно і соціально вагомим). Тому для вияву, основних культур які формують регіональний ринок овочевої продукції, поглиблений аналіз проводився на матеріалах основних видів овочів, що вирощуються як у відкритому так і у закритому ґрунті.

Стосовно плодово-ягідного виробництва аналіз проводився у розрізі наступних підгруп: зерняткові і кісточкові плоди, горіхоплідні культури та ягоди. Досягнення поставленої цілі потребує дослідження динаміки посівних площ, обсягів виробництва, урожайності.

Аналізуючи дані про площі сільськогосподарських угідь у розрізі окремих культур (табл. 2.25), то за досліджуваний період спостерігається зростання посівних площ (плодоносних насаджень) практично під всіма культурами плодоовочевих груп. Відповідні цифрові матеріали, згідно статистичних даних за останні п'ять років по Полтавській області [210, 211], наведені у додатках К, Л.

Таблиця 2.25

Динаміка зібраних площ овочевих культур у Полтавській області у 2010 – 2014 рр., га (усі категорії господарств)

Культура	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р. (+/-)	2014 р. у % до 2010 р.
Овочеві – всього	22446,8	24063,4	23739,7	24025,3	23362,2	915,4	104,1
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	22394,4	24011,6	23685,3	23973,8	23306,9	912,5	104,1
з них – капуста	3153,1	3289,1	3285,5	3206,3	3225,4	72,3	102,3
огірки	3047,9	3881,1	3482,1	3377,8	3436,9	389,0	112,8
помідори	3801,9	4211,9	4559,2	4539,8	4341,8	539,9	114,2
буряки столові	1826,0	1968,1	1887,2	1980,9	1911,9	85,9	104,7
морква столова	1814,2	2141,9	2197,2	1950,0	2069,4	255,2	114,1
цибуля на ріпку	1761,6	1756,5	1765,9	1820,0	1691,7	-69,9	96,0
часник	794,4	873,1	949,4	935,7	969,9	175,5	122,1
зелений горошок	283,9	315,6	276,6	298,4	297,7	13,8	104,9
інші овочі	5911,5	5574,3	5282,3	5864,5	5362,1	-549,4	90,7
у т.ч.: гарбузи столові	2418,7	2146,8	1808,2	1847,3	1737,2	-681,5	71,8
кабачки	2013,2	1838,4	1765,5	2026,6	1809,7	-203,5	89,9
баклажани	335,8	339,7	410,5	461,3	426,1	90,3	126,9
перець	775,1	787,7	852,8	958,3	915,7	140,6	118,1
цибуля зелена	218,3	184,7	219,1	289,7	272,9	54,6	125,0
Овочі закритого ґрунту	52,4	51,8	54,4	51,5	55,3	2,9	105,5
Плодово-ягідні – всього:	2296,3	1872,2	1852,1	3512,0	3193,3	897,0	139,1
зерняткові	2051,0	1622,5	1559,8	2958,7	2808,6	757,6	136,9
кісточкові	209,6	158,9	172,8	362,7	218,0	8,4	104,0
горіхоплідні	12,7	3,0	4,7	65,7	74,2	61,5	584,3
ягоди	97,2	87,8	114,9	124,9	92,7	-4,5	95,4

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

За відведеною під посіви землею з усього переліку овочевих культур у 2014 р. основні позиції займали помідори – 4341,8, огірки – 3436,9, капуста – 3225,4 га. Максимальне розширення посівних площ спостерігається під морквою столовою (14,1 %), часником (22,1 %), баклажанами (26,9 %), зеленою цибулею (25,0 %). Стабільними є посіви буряків столових, зеленого горошку та овочів закритого ґрунту. Незначне скорочення обсягів посівів спостерігається під цибулею на ріпку та іншими овочами (за рахунок скорочення площ під гарбузами столовими та кабачками у господарствах населення).

При цьому тенденції скорочення у сільськогосподарських підприємствах характерні для посівних площ таких культур як огірки (на 15,7 га) та помідори (на 20,5 га), буряків столових (на 13,5 га), зеленого горошку (на 122,4 га).

А під зеленим горошком площі посіву у господарствах населення збільшилися навіть на цілий порядок. Важливим є також можливість масштабного використання технічних засобів в технологічному процесі вирощування зеленого горошку та його високі позитивні якості як попередника у сівозмінах. До того ж приріст площ тут був максимальним і майже у 3 рази перевищив посівні площі базового року.

Вагомий приріст посівів овочів відкритого ґрунту у фермерських господарствах відбувся насамперед за рахунок обмеженого переліку овочевих культур, а також низького рівня посівних овочевих площ в базовому році. Проте з боку фермерів зростає увага до овочевих культур в цілому і насамперед до таких як огірки, помідори, цибуля ріпчаста, кабачки, які відрізняються високим рівнем товарності; а також культур плодоовочевої групи, які мають сезонний характер реалізації. Таким чином, на плодоовочевому ринку в особі фермерів з'явився новий перспективний товаровиробник, від якого слід очікувати подальшого нарощування виробництва овочів, плодів та ягід.

Позитивною є динаміка площ плодово-ягідних насаджень у плодоносному віці, за досліджуваний період їх площі зросли на 897,0 га (39,1 %), переважно за рахунок збільшення площ під зерняткoвими плодами на 36,9 %. Обсяги виробництва та урожайність плодово-ягідних культур в області щороку зростають. На сьогодні у сільськогосподарських підприємствах зосереджено 3193,3 га плодово-ягідних насаджень у плодоносному віці, із них 1430,8 га – молодих садів, посаджених за інтенсивними технологіями із застосуванням краплинного зрошення (19,5 % від площі насаджень).

Отже, маючи природно-ресурсну основу та необхідну чисельність зайнятих у сільському господарстві працівників, об′єктивно необхідним є нарощування масштабів та розширення асортименту плодоовочевої продукції, для задоволення споживчих потреб регіону.

Динаміка валових зборів плодоовочевої продукції у Полтавській області за 2010 – 2014 рр. наведена в таблиці 2.26 та додатках М, Н.

Таблиця 2.26

Динаміка валового збору плодоовочевої продукції у Полтавській області, у 2010 – 2014 рр., тис. ц (усі категорії господарств)

Культура	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р. (+/-)	2014 р. у % до 2010 р.
Овочеві – всього	4055,7	5002,1	4919,2	4625,8	5217,4	1161,7	128,6
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	4038,1	4983,4	4903,1	4611,0	5200,3	1162,2	128,8
з них – капуста	522,0	876,6	807,1	791,7	899,3	377,3	172,3
огірки	479,7	593,3	393,9	607,5	556,7	77,0	116,1
помідори	806,5	901,6	1073,4	892,4	1024,1	217,6	127,0
буряки столові	336,4	504,7	476,3	414,7	531,9	195,5	158,1
морква столова	298,5	483,1	449,2	431,0	472,9	174,4	158,4
цибуля на ріпку	293,6	350,4	292,6	312,9	404,0	110,4	137,6
часник	83,3	108,9	105,9	112,1	113,2	29,9	135,9
зелений горошок	10,6	10,9	14,7	14,3	19,6	9,0	184,9
інші овочі	1207,5	1154,1	1089,9	1034,1	1178,6	-28,9	97,6
у т.ч.: гарбузи столові	553,2	487,7	444,9	405,3	465,7	-87,5	84,2
кабачки	489,3	490,5	442,9	424,2	506,3	17,0	103,5
баклажани	37,2	41,0	53,4	45,6	53,3	16,1	143,3
перець	83,7	100,9	101,3	103,4	102,3	18,6	122,2
цибуля зелена	33,4	21,0	33,8	36,4	35,1	1,7	105,1
овочі закритого ґрунту	17,6	18,7	16,1	14,8	17,1	-0,5	97,2
Плодово-ягідні – всього:	1006,4	939,7	913,8	1161,8	1064,6	58,2	105,8
зерняткові	520,9	476,8	510,4	640,0	612,7	91,8	117,6
кісточкові	101,3	65,8	96,6	98,1	78,1	-23,2	77,1
горіхоплідні	52,4	48,7	47,8	50,0	58,6	6,2	111,8
ягоди	12,4	12,2	11,7	13,2	15,7	3,3	126,6

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Аналіз даних таблиці 2.8 свідчить про те, що незважаючи на труднощі у ринкових умовах функціонування галузі, скорочення площ під деякими культурами, негативно не позначилися на виробництві плодоовочевої продукції. Так, за досліджуваний період, спостерігається позитивна динаміка валових зборів по всіх групах культур у всіх категоріях господарств. Так, у 2014 р. порівняно з 2010 р. обсяги валових зборів овочів та плодів і ягід збільшилися – на 1162,2 (28,6 %) і 58,2 тис. ц (5,8 %) відповідно.

Головна частка у виробництві овочевої продукції належить овочівництву відкритого ґрунту – майже 99,9 % від загального обсягу. З них найбільший урожай дають помідори – 1024,1 та капуста – 899,3 тис. ц, їх частка у загальній структурі овочевого виробництва складає 18,0 і 17,5 % відповідно. Зросли також обсяги виробництва столових буряків, моркви, часнику, зеленого горошку, баклажанів та перцю.

Позитивною є динаміка показника валового збору плодів та ягід, за досліджуваний період обсяги виробництва плодово-ягідної продукції зросли на 58,2 тис. ц (5,2 %). Це відбулося, переважно, за рахунок збільшення обсягів валового збору по ягодах на 3,3 тис. ц (26,6 %) та по зерняткових плодах на 91,8 тис. ц (176 %). Проте, за досліджуваний період спостерігається незначне зниження обсягів кісточкових плодів на 23,2 тис. ц (23,9 %).

Регіональне нарощування обсягів виробництва овочів та фруктів, яке спостерігалося у 2010 – 2014 рр., насамперед, обумовлено зростанням їх урожайності. Остання виступає також одним з основних показників ефективності будь-якої галузі рослинництва. У сільськогосподарських підприємствах і господарствах населення склалася тенденція щодо щорічного збільшення виходу овочів з одиниці земельної площі (додатки П, Р).

Динаміка урожайності основних плодоовочевих культур Полтавської області наведена у таблиці 2.27.

При цьому, найбільш урожайними є овочі закритого ґрунту. Серед овочів відкритого ґрунту високий рівень урожайності спостерігається по капусті (280,5 ц/га), столових буряках (268,5 ц/га), моркві столовій (242,5 ц/га) та помідорам (225,6 ц/га); а у групі «інші овочеві культур» – гарбузи столові (252,1 ц/га), кабачки (249,8 ц/га).

Максимальний приріст врожайності за досліджуваний період спостерігається по огіркам, продуктивність вирощування яких зросла у 3,2 рази. Високі рівні приросту урожайності спостерігаються також у сільськогосподарських підприємствах, по овочам відкритого ґрунту цей показник зріс на 90,3 % порівняно з базовим роком.

Таблиця 2.27

Динаміка урожайності плодоовочевої продукції у Полтавській області у 2010 – 2014 рр., ц/га (усі категорії господарств)

Культура	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р. (+/-)	2014 р. у % до 2010 р.
Овочеві – всього	257,8	283,9	250,9	232,5	274,8	17,0	106,6
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	180,3	207,5	207,0	197,8	216,9	36,6	120,3
з них – капуста	165,5	266,5	245,7	245,5	280,5	115,0	169,5
огірки	51,5	152,9	170,6	176,8	164,8	113,3	320,0
помідори	157,4	214,1	235,4	205,6	225,6	68,2	143,3
буряки столові	212,1	256,4	252,4	216,9	268,5	56,4	126,6
морква столова	184,2	225,5	204,4	208,3	242,5	58,3	131,7
цибуля на ріпку	164,5	199,5	165,7	185,0	222,0	57,5	135,0
часник	166,7	124,7	111,6	115,6	121,0	-45,7	72,6
зелений горошок	104,9	34,7	53,1	47,9	65,7	-39,2	62,6
інші овочі	37,4	207,0	206,3	192,9	201,0	163,6	537,4
у т.ч.: гарбузи столові	204,3	227,2	246,0	233,3	252,1	47,8	123,4
кабачки	228,7	266,8	250,8	234,4	249,8	21,1	109,2
баклажани	243,0	120,6	130,0	107,0	115,6	-127,4	47,6
перець	110,8	128,0	118,8	113,0	107,1	-3,7	96,7
цибуля зелена	152,8	113,7	154,1	133,3	121,2	-31,6	79,3
овочі закритого ґрунту	335,2	360,2	294,7	267,2	332,6	-2,6	99,2
Плодово-ягідні – всього:	144,0	143,1	139,5	165,5	162,5	18,5	112,8
зерняткові	136,0	140,1	152,7	172,0	178,8	42,8	131,5
кісточкові	175,4	114,1	165,4	173,0	138,7	-36,7	79,1
горіхоплідні	82,9	78,2	73,4	78,5	95,6	12,7	115,3
ягоди	59,0	57,0	55,0	62,2	74,5	15,5	126,3

Джерело: [210, 211]

Максимальний приріст врожайності зафіксовано при вирощуванні цибулі на ріпку – майже у 7 разів, моркви столової – у 4,2 рази, зеленого горошку – у 2,5 рази, перцю – 4,3 рази. Також зростання спостерігається і по іншим культурам: капусті – на 131,7 ц/га (2,2 рази), огіркам – 4,4 ц/га (6,6 %), помідорам – 46,0 ц/га (48,5 %), баклажанам – 34,4 ц/га (95,3 %). Зменшення урожайності відбулося при вирощуванні часнику, гарбузів столових та кабачків.

Протилежною є ситуація у господарствах населення. Тут відбулося незначне зменшення врожайності лише при вирощуванні зеленого горошку,

перцю та зеленої цибулі. По решті культур спостерігається стале щорічне зростання урожайності. Найвищий приріст врожайності зафіксовано по капусті – на 68,8 %, бурякам столовим – 43,9 %, моркві столовій – 44,4 % та цибулі на ріпку – 28,2 %. Урожайність овочівництва закритого ґрунту зафіксовано на рівні – 237,2 ц/га.

Що стосується плодово-ягідних насаджень, то за досліджуваний період їх урожайність також зростала. Так, урожайність кісточкових плодів за знизилася на 28,3 ц/га (17,0 %), горіхоплідних – на 23,9 ц/га (14,3 %), ягід – на 9,5 ц/га (11,5 %). При цьому за 2010 – 2012 рр. зростає лише продуктивність зерняткових культур – на 16,7 ц/га (12,3 %).

Рекордні прирости урожайності, за весь період дослідження, спостерігається по плодово-ягідним культурам у сільськогосподарських підприємствах. Загальний показник їх урожайності у 2014 р. у 7,6 разів перевищив аналогічний у 2010 р., подібною є ситуація у розрізі культур. Так, урожайність зерняткових плодів зростає на 90,1; кісточкових – на 200,8; і ягід на 2,3 ц/га, що пояснюється активним використанням інтенсивних технологій із застосуванням елементів краплинного зрошення, що становить 17,5 % від загальної площі плодоносних насаджень.

Заслуговує на увагу те, що не відбувається одночасного зниження урожайності конкретних видів овочів та фруктів у господарствах різних категорій. Отже, вони по різному оцінюють свої перспективи щодо вирощування тих чи інших культур. Від так, один і той же продукт у господарствах різних категорій може мати різні напрями розвитку, що зумовлюється процесами поділу праці у плодоовочівництві.

З метою визначення основних товаровиробників плодоовочевої продукції, надання більш змістовної характеристики розвитку регіонального овочівництва й садівництва та їх економічної ефективності, насамперед, доцільно розглянути динаміку головних показників виробництва (площі, урожайності, валового збору) у розрізі адміністративних районів Полтавської області. Вихідна інформація наведена у додатках С, Т.

Слід зазначити, що районами-лідерами у 2010 – 2014 рр. у секторі агропідприємств-виробників овочевої продукції є: Пирятинський та Миргородський райони. Сумарна частка їх валового збору за досліджуваний період становила 29183,2 ц (47,9 % виробництва області). При цьому першість у вирощуванні овочів (понад 50 %) належала Пирятинському району. Лідерство цих адміністративних районів закономірне, оскільки у них розміщено основні площі овочевих культур. За аналізований час середня урожайність овочів у секторі аграрних формувань становила 91,6 ц/га на кінець 2014 р. При цьому найвище значення середньої урожайності овочів спостерігалося у господарствах Кременчуцького (284,7 ц/га), Зіньківського (224,3 ц/га) та Миргородського (199,8 ц/га) районів. В інших рівень урожайності залишався дещо нижчим.

Найбільшими обсягами виробництва та найвищими рівнями урожайності плодово-ягідних культур у 2014 р. відзначено райони: Кобеляцький, Карлівський та Кременчуцький райони. Урожайність плодів та ягід тут коливалася в межах 27,5-35,0 ц/га. У 2014 р. їх аграрні формування виробили понад 70,0% плодово-ягідної продукції області. При цьому провідна роль у регіональному вирощуванні фруктів належить підприємствам Кобеляцькому району, у яких за 2013 – 2014 рр. було зібрано по 160 тис.ц яблук щороку.

Діяльність підприємств інших адміністративних районів характеризувалася дуже низьким рівнем урожайності фруктів (подекуди нижче 10 ц/га). Такі незадовільні значення аналізованого показника, на наш погляд, вказують на необхідність концентрації загальнорегіональних та державних зусиль по запровадженню кардинальних заходів оздоровлення садівництва.

Найбільші посівні площі під культурами овочевої групи Полтавської області зосереджені у Пирятинському районі, їх частка у загальній структурі за досліджуваний період, практично досягла позначки 50,0%. Питома вага інших районів у загальних площах овочів коливається по роках. У секторі господарств населення овочеві культури вирощувалися абсолютно у кожному районі. Більш повне уявлення про те, як розподілялися площі овочевих та плодово-ягідних

насаджень у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області за адміністративними районами надають дані додатку У.

Що стосується садів, то у сільськогосподарських підприємствах Полтавщини найвищу питому вагу у площах плодоносних насаджень займали Полтавський (18,8 %), Зіньківський (12,8 %) та Кременчуцький (9,9 %) райони. Тобто площі, зайняті під садами, розміщені по районах більш рівномірно.

Найбільш перспективними для розширеного розвитку плодоовочівництва виявилися також Карлівський, Зіньківський, Котелевський, Кременчуцький та Хорольський райони. Але це, звичайно ж, не означає, що в інших районах області зовсім недоцільно їх розвивати. На нашу думку, овочі та фрукти необхідно вирощувати у більшості сільськогосподарських підприємствах хоча б у розмірах, необхідних для задоволення внутрішньогосподарських потреб.

Проведені нами дослідження показали, що груповий та видовий склад овочевих культур і плодово-ягідних насаджень Полтавської області також досить різноманітний. Інформація про структуру виробництва овочів і фруктів у розрізі районів за видами наведена у таблиці 2.28 та рисунку 2.4.

Таблиця 2.28

Структура виробництва овочів Полтавської області за їх групами та видами (усі категорії господарств), %

Продукція	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Овочі – всього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
овочі відкритого ґрунту, у т.ч.	99,8	99,7	99,5	99,6	99,6
капуста всяка	17,6	14,0	13,5	18,2	17,9
огірки	11,8	11,8	12,4	12,3	8,8
помідори	16,4	22,6	20,8	18,7	23,8
буряки столові	8,8	8,8	8,7	10,5	10,6
морква столова	8,3	7,9	7,7	10,0	10,0
цибуля на ріпку	8,3	6,7	7,6	7,3	6,5
часник	2,0	1,7	2,1	2,3	2,4
гарбузи столові	14,1	14,8	14,3	10,1	9,9
кабачки	12,2	11,3	12,6	10,2	9,8
овочі закритого ґрунту	0,2	0,3	0,5	0,4	0,4

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

Як бачимо, за період з 2010 по 2014 рр. у структурі регіонального виробництва овочів переважали помідори та капуста, які займали більше третини загального виробництва. Частки столової моркви та буряків на кінець 2014 р. займали 10,6 та 10,0 % відповідно. Крім вирощування традиційних видів овочів, виробляли й «інші овочеві культури», які охоплювали гарбузи столові та кабачки, їх сумарна питома вага за цей час складала 19,6-26,9 %.

Для задоволення потреб населення в овочах потрібно не лише збільшувати їх виробництво, а й сприяти рівномірному їх постачанню протягом року. Тому доцільним є поєднання розвитку виробництва овочів відкритого і закритого ґрунту. Однак, у регіоні перевага віддається овочам відкритого ґрунту, їх частка у загальному обсязі виробництва овочів в останні роки становила понад 99 %. Основних виробників плодоовочевої продукції у Полтавській області нами згруповано у додатках Ф – Щ.

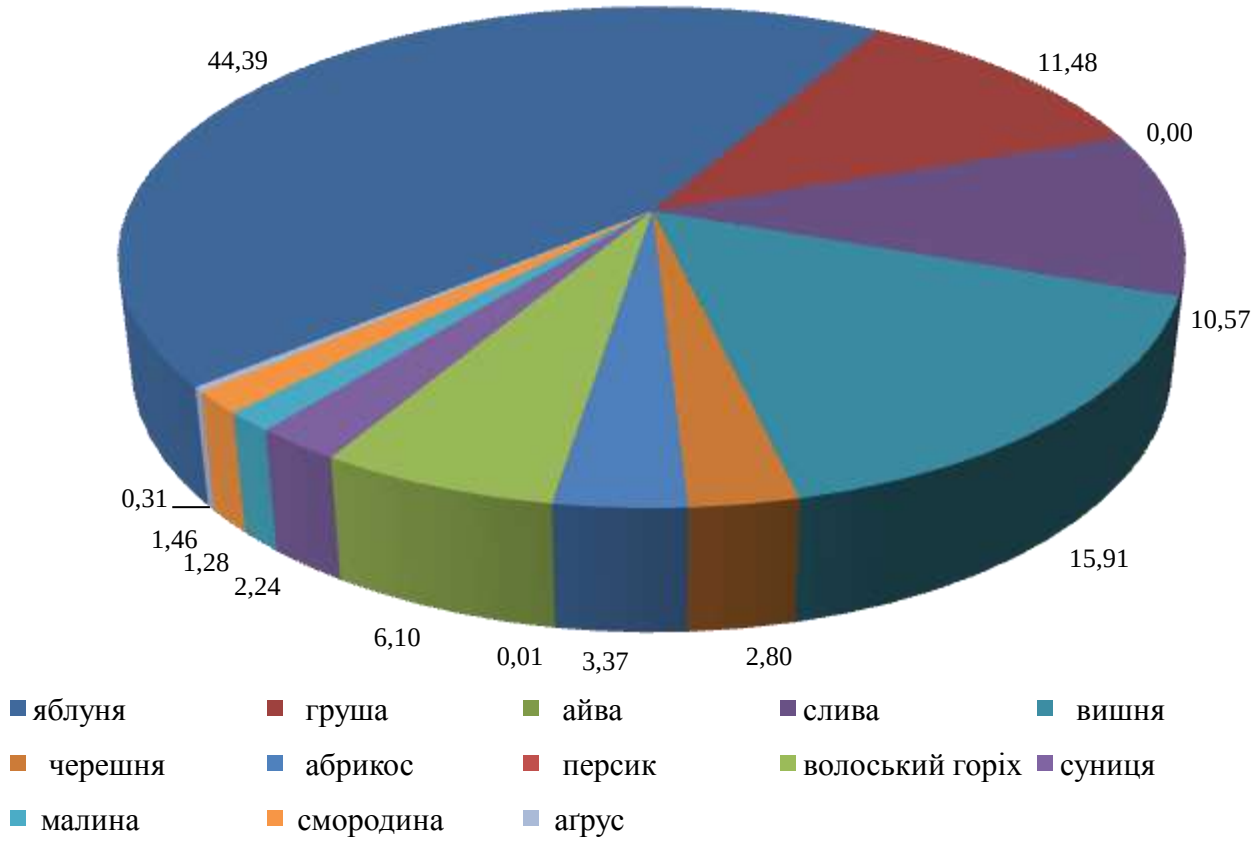


Рис. 2.4. Структура виробництва плодів та ягід у Полтавській області за їх групами та видами у 2014 р. (усі категорії господарств), %

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

Що стосується структури загального виробництва фруктів, то, наприклад, у 2014 р. частка зерняткових складала 55,9 %, кісточкових – 32,8 %, горіхоплідних – 6,1 %, на ягоди припадало 5,2 %. Особливе місце серед зерняткових плодів належить яблукам, які відзначаються стабільними рівнями урожайності. Окрім того, їх плоди придатні для тривалого зберігання й транспортування, а продукти перероблення (особливо соки) мають підвищений попит у населення. Тому питома вага яблук у структурі плодово-ягідних культур за 2010 – 2014 рр. складала від 38,0 до 44,4 %.

Серед кісточкових плодів випереджаючих темпів росту досягнуто по вишні та сливі, їх частка у загальній структурі виробництва за досліджуваний період зросла до 15,9 і 10,8 % відповідно. Виробництво продукції горіхоплідних порід за 2010 – 2014 рр. зросло на 55,7 тис. т. У їх структурі грецький горіх займав майже 100 %. Частка ягід становила близько 5-5,5 %, у т.ч. на суницю (полуницю) – 2,0-2,3 %, малину – 1,3 %, смородину – 1,5 % та аґрус лише 0,3 %. Слід зазначити, що основними виробниками ягід у регіоні є господарства населення, їх частка у загальних обсягах виробництв перевищує 80 %. Саме у цій категорії господарств створені кращі умови для швидкого нарощування обсягів виробництва ягід, що сприяє підвищенню рівня зайнятості на селі та зростанню їх доходів. Ягоди вигідно відрізняються від інших видів фруктів швидким обігом капіталу та раннім вступом у плодоношення.

Сортовий склад плодово-ягідних насаджень у підприємствах Полтавської області досить різноманітний. У 2010 – 2014 рр. вирощувалося понад 40 сортів зерняткових, 50 – кісточкових, 10 – ягідних насаджень. При цьому тут вироблялося понад 30 сортів яблук, у складі яких близько 70,0 % займали зимові сорти, 20,0 % – осінні й 10,0 % – літні.

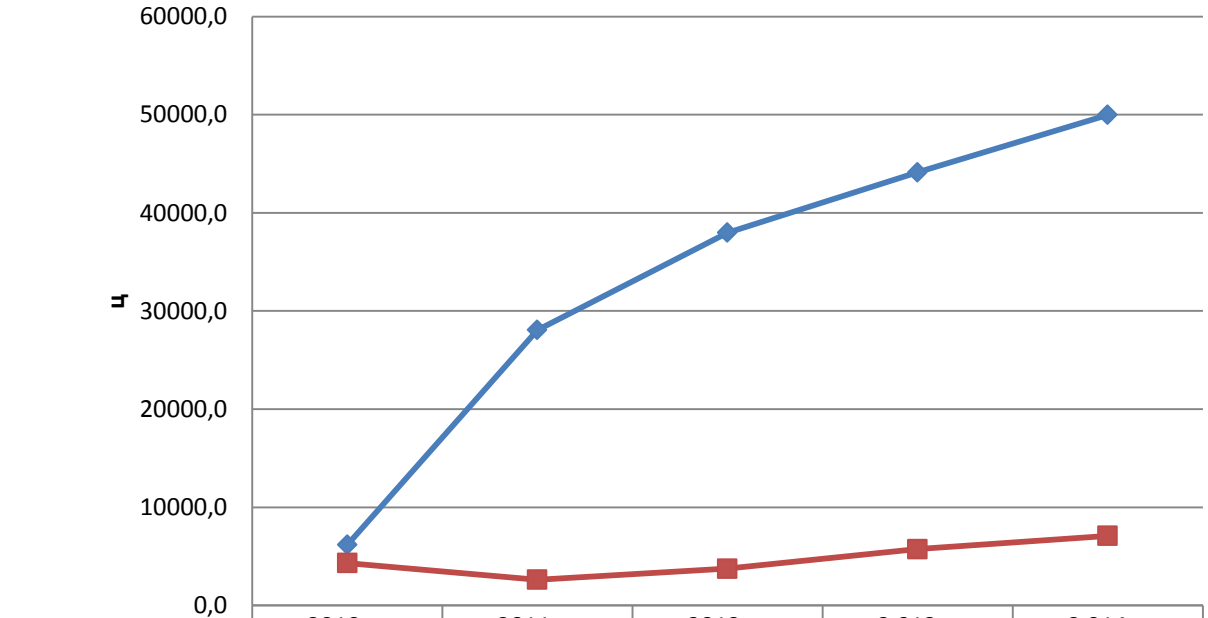
2.3. Обсяги реалізації і ефективність роботи товаровиробників на ринку плодоовочевої продукції

Заключним етапом ведення плодоовочевого бізнесу є ефективна реалізація продукції та налагодження стабільних каналів збуту з метою задоволення потреб споживачів у найбільш економічно ефективний спосіб. Особливості плодоовочевого виробництва в умовах ринку обумовлюють багатоканальність збуту і реалізації його продукції. Адже ринок плодоовочевої продукції формують споживачі, які мають різні потреби, що зумовлює необхідність їх групування за різними ознаками (рівень доходів, розмір сім'ї, вік, стать, освіта). Виділення певних груп споживачів відбувається на основі вивчення спільних потреб і рівнів платоспроможності окремих покупців, що в подальшому дозволить визначити необхідні обсяги виробництва та обрати найбільш ефективні канали їх надходження до споживача. При цьому виділяють споживачів, виробників, переробників, проміжних продавців, харчові заклади, внутрішній та зовнішній ринок [233, с. 120].

У свою чергу, виробники плодоовочевої продукції (сільськогосподарські підприємства, господарства населення, фермерські господарства) досить часто стикаються з труднощами при збуті вирощеної продукції. Значно ускладнює процес реалізації відсутність дрібнотоварних формувань, які на контрактній основі могли б гарантувати поставку певного обсягу продукції на ринки або переробні підприємства. Замість цього, посередники штучно завищують роздрібні ціни, зменшуючи доступ більшості населення до споживання плодоовочевих культур [234, с. 261]. Тому, суб'єкти, що діють на внутрішньому ринку займаються постійним пошуком можливих каналів збуту, з метою досягнення оптимальних об'ємів виробництва та забезпечення такого обсягу продажу, який потребує ринок. При цьому домінуючу роль у каналах збуту займають недержавні суб'єкти господарювання, між якими встановлюються тісні, якісно нові виробничо-економічні зв'язки, що формуються переважно під впливом змін кон'юнктури ринку.

Від так, процес реалізації продукції є завершальним етапом руху продукту із сфери виробництва у сферу споживання (якщо він призначений для збуту на кон'юнктурних ринках) та важливою складовою плодоовочевого ринку і загального процесу відтворення. Реалізація плодоовочевої продукції – це обсяги реалізованої продукції, формуваннями аграрного типу за напрямами: підприємствам, що займаються її переробкою, організаціям споживчої кооперації, на ринку, населенню в рахунок оплати праці (у тому числі, реалізацію через систему громадського харчування), пайовикам в рахунок орендної плати та майнових паїв, на товарних біржах, аукціонах тощо. В обсяги реалізації плодоовочевої продукції не включається продукція, передана на переробку з давальницької сировини.

Динаміка обсягів реалізації плодоовочевої продукції сільськогосподарськими підприємствами у Полтавській області за 2010 – 2014 рр. представлена на рисунку 2.5.



	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2 013р.	2 014р.
Овочі	6185,0	28063,0	37984,0	44133,0	49987,0
Плоди та ягоди	4322,0	2626,0	3747,0	5742,0	7092,0

Рис. 2.5. Динаміка реалізації плодоовочевої продукції сільськогосподарськими підприємствами у Полтавській області за 2010 – 2014 рр., ц

Джерело: розраховано за даними [241-245]

Більш детальну інформацію щодо обсягів реалізованих овочів та фруктів протягом сільськогосподарськими підприємствами Полтавщини надають дані таблиці 2.29.

Таблиця 2.29

Динаміка обсягів реалізації плодоовочевої продукції сільськогосподарськими підприємствами Полтавської області за 2010 – 2014 рр., ц

Продукція	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до (+/-) 2010 р.	2014 р. у % до 2010 р.
Овочі – всього	6185,0	28063,0	37984,0	44133,0	49987,0	43802,0	808,2
овочі відкритого ґрунту	5553,0	18276,0	31081,0	37914,0	41997,0	36444,0	756,0
овочі закритого ґрунту	632,0	9787,0	6903,0	6219,0	7990,0	7358,0	1264,2
Плоди та ягоди	4322,0	2626,0	3747,0	5742,0	7092,0	2770,0	164,1
Разом	16692,0	58752,0	79715,0	44133,0	49987,0	43802,0	808,2

Джерело: розраховано за даними [241-245]

Слід відмітити, зростання обсягів реалізації по групі овочевих культур майже у 8 разів, що зумовлено збільшенням об’ємів продажу овочів закритого ґрунту у 7,5 разів. У загальній структурі реалізації їх питома вага становила 65,1-89,8 %. Також, спостерігається зростання обсягів продажу плодів та ягід, що в цілому, можна пояснити збільшенням обсягів їх виробництва за досліджуваний період.

Інформація щодо динаміки та структури реалізації овочевої продукції аграрними формуваннями Полтавської області за її адміністративними районами наведена у додатку Ю.

За 2010 – 2014 рр. спостерігаються зростання загальних об’ємів реалізації свіжих овочів сільськогосподарськими підприємствами регіону на 43,8 тис. ц. або у 8,3 рази, це відбувається, передусім за рахунок збільшення продажів у Великобагачанському (на 9,8 тис. ц), Миргородському (на 19,8 тис. ц), Карлівському (на 2,3 тис. ц) та Кременчуцькому районах (на 6,9 тис. ц) відповідно за аналізований період. Значне скорочення обсягів реалізованої овочевої продукції мало місце у Котелевському та Лохвицькому районах.

Аналізуючи загальну структуру об'ємів реалізованої овочевої продукції можна виокремити її найбільших постачальників – це підприємства Великобагачанського (до 20,9 %), Миргородського (до 40,2 %), Кременчуцького (до 15,7 %) районів, де обсяги виробленої продукції за досліджуваний період були найбільшими. Доля інших районів менш суттєва та значна.

Що стосується реалізації фруктів, то її обсяги продажу також зростають. Основну частку реалізації плодово-ягідної продукції забезпечували Карлівський та Кременчуцький райони. В інших районах регіону відсоток участі у реалізації фруктів був дуже низьким або взагалі відсутнім (незважаючи на незначні, проте, наявні обсяги виробництва). До числа останніх належать підприємства Зіньківського, Кобеляцького, Лохвицького та Пирятинського районів. Кількість таких підприємств щороку збільшується, що вказує на критичний стан галузі та загрозу функціонуванню регіонального ринку фруктів у цілому.

Саме тому, вибір каналу збуту має принципове значення, адже від нього залежить ефективне просування продукції на ринки та визначення допустимої ціни. Основним каналом збуту сільськогосподарської продукції в Україні залишається прямий продаж з полів – 68 %. Багато овочівників реалізують продукцію також через посередників – 56 %. Водночас лише 23 % виробників продають продукцію лише після сезону підвищення цін, та 4 % займаються прямим її експортом [54, с. 124-125]. Така ситуація свідчить, про відсутність ефективної стратегії збуту у більшості виробників та високу питому вагу витрат на зберігання у собівартості продукції.

Наявність гарантованих і стабільних ринків збуту є основною передумовою ефективної діяльності виробників плодоовочевої продукції. Політико-економічні зміни в країні призвели до скасування державного замовлення та згортання споживчої кооперації, які у минулому були основними каналами реалізації плодоовочевої продукції. Однак, відповідної альтернативи їм, до цього часу не створено.

У досліджуваному періоді основними напрямами реалізації свіжих овочів та фруктів були: ринковий продаж та реалізація за «іншими каналами». Що стосується свіжих фруктів, то тут майже в усі аналізовані роки головним каналом реалізації був продаж на ринку (табл. 2.30).

Таблиця 2.30

Динаміка обсягу збуту плодоовочевої продукції у Полтавській області за каналами реалізації у 2010 – 2014 рр., ц

Продукція	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2 013р.	2 014р.	2014 р. у % до 2010 р.
Переробним підприємствам						
Овочі	0,0	0,0	835,6	0,0	0,0	0,0
Плоди та ягоди	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Населенню в рахунок оплати праці						
Овочі	649,4	1459,3	2658,9	3133,4	4098,9	631,2
Плоди та ягоди	1416,4	8587,3	20891,2	6311,0	7648,0	540,0
На ринку						
Овочі	1094,7	4434,0	2544,9	1368,1	2099,5	191,8
Плоди та ягоди	3574,9	6173,9	5545,7	7679,1	6148,4	172,0
За іншими напрямами						
Овочі	4440,8	22169,8	31944,5	39631,4	43788,6	986,0
Плоди та ягоди	1193,7	13301,9	11547,1	30142,8	36190,6	3031,8

Джерело: розраховано за даними [241-245]

Від так, обсяги збуту овочевої продукції за «іншими каналами» зросли з 4440,8 тис. ц у 2010 р. до 43788,6. ц на кінець 2014 р. (у 9,8 разів); плодів та ягід у 30,3 рази порівняно з 2010 р. Зростають також обсяги реалізації овочів та плодів населенню в рахунок оплати праці у 6,3 та 5,4 рази відповідно. Позитивна динаміка зростання обсягів реалізації спостерігається при реалізації плодоовочевої продукції на ринку.

Обсяги реалізації сільськогосподарськими підприємствами плодоовочевої продукції на переробку за досліджуваний період відсутні.

Уявлення про зміни, що відбувалися у структурі каналів продажу овочів та фруктів сільськогосподарськими підприємствами Полтавської області, відображені на рисунках 2.6 та 2.7.

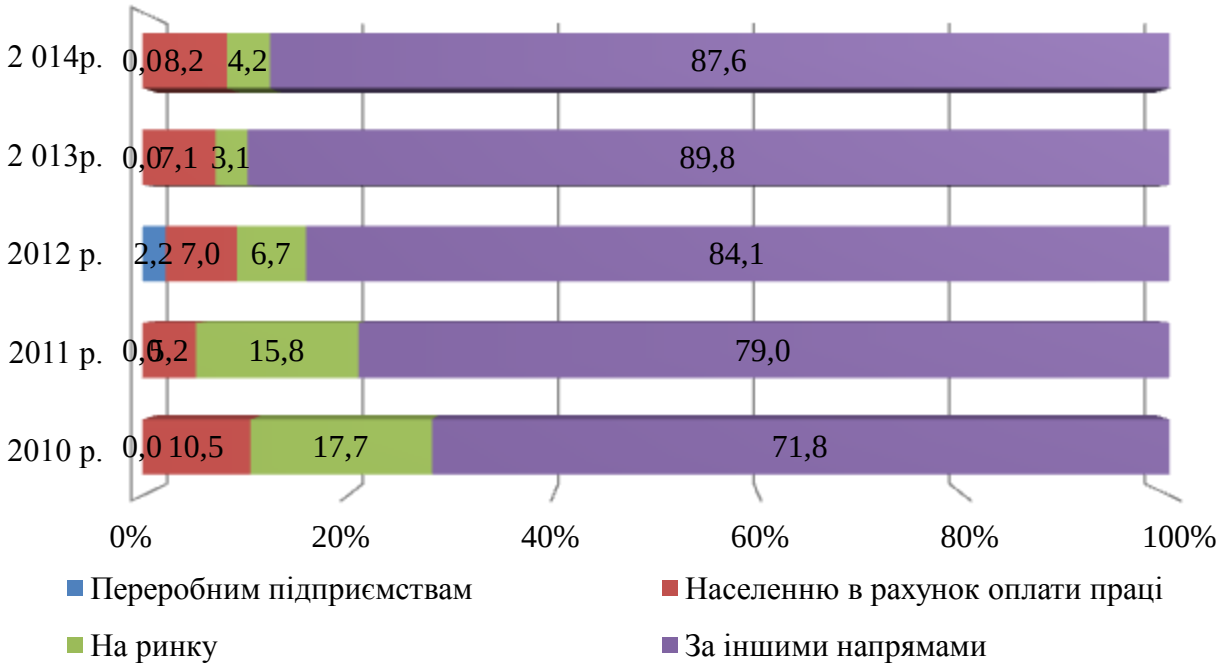


Рис. 2.6. Структура реалізації овочевої продукції у Полтавській області за напрямами реалізації, %

Джерело: розраховано за даними [241-245]

Оцінюючи динаміку, слід зазначити, що частка продажу плодоовочевої продукції на ринку скорочується (по овочам 17,7 до 4,2 %, по плодам та ягодам з 57,8 у 2010 р. до 12,3 % на кінець у 2014 р.), тобто він перестає бути головним каналом збуту.

Реалізація населенню у якості оплати праці та через систему громадського харчування по овочах скорочується (по плодово-ягідних протилежна динаміка показника). Проте, останній напрямок, на нашу думку, у перспективі має бути стабільним, адже включає забезпечення продукцією дитячих садків, навчальних закладів, санаторіїв, лікувальних установ тощо.

Реалізація закладам споживчої кооперації взагалі практично відсутня, як напрям його майже не використовували. Через біржі та аукціони у Полтавському регіоні овочі та фрукти взагалі не реалізовувалися. За напрямом «інші канали», який включає реалізацію комерційним структурам, підприємствам торгівлі, громадського харчування та іншим країнам, питома вага овочів у досліджуваному періоді зросла з 71,8 до 87,6 %, а по фруктах – з

19,3 до 72,4 %. Водночас цей напрям є найменш прозорим та організованим. Здебільшого він передбачає продаж продукції безпосередньо з поля та саду комерційним організаціям та посередникам.

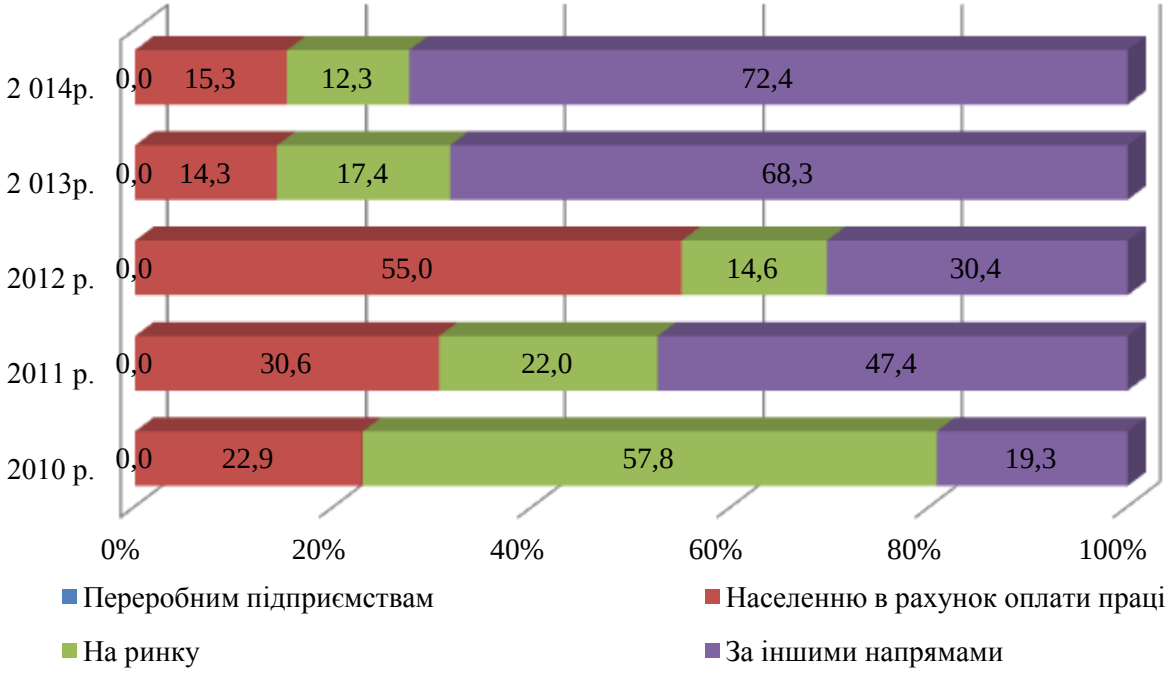


Рис. 2.7. Структура реалізації плодово-ягідної продукції у Полтавській області за напрямами реалізації, %

Джерело: розраховано за даними [241-245]

Оскільки плодоовочева продукція має обмежений термін зберігання, швидко псується, тому необхідно її реалізовувати, насамперед, на міських ринках, до переваг даного каналу, слід віднести: низькі витрати на транспортування та зберігання продукції, маркетинг, організацію торгівлі тощо. Сучасний розвиток міських ринків водночас сприяє підвищенню життєвого рівня, соціального забезпечення населення та встановленню справедливих цін тощо. Тому невипадково, що за досліджуваний період значна частина плодоовочевої продукції реалізовувалася саме через міські ринки.

Інформація про обсяги реалізації овочів та фруктів за їх групами та видами на ринках Полтавської області представлена на рисунках 2.8 та 2.9.

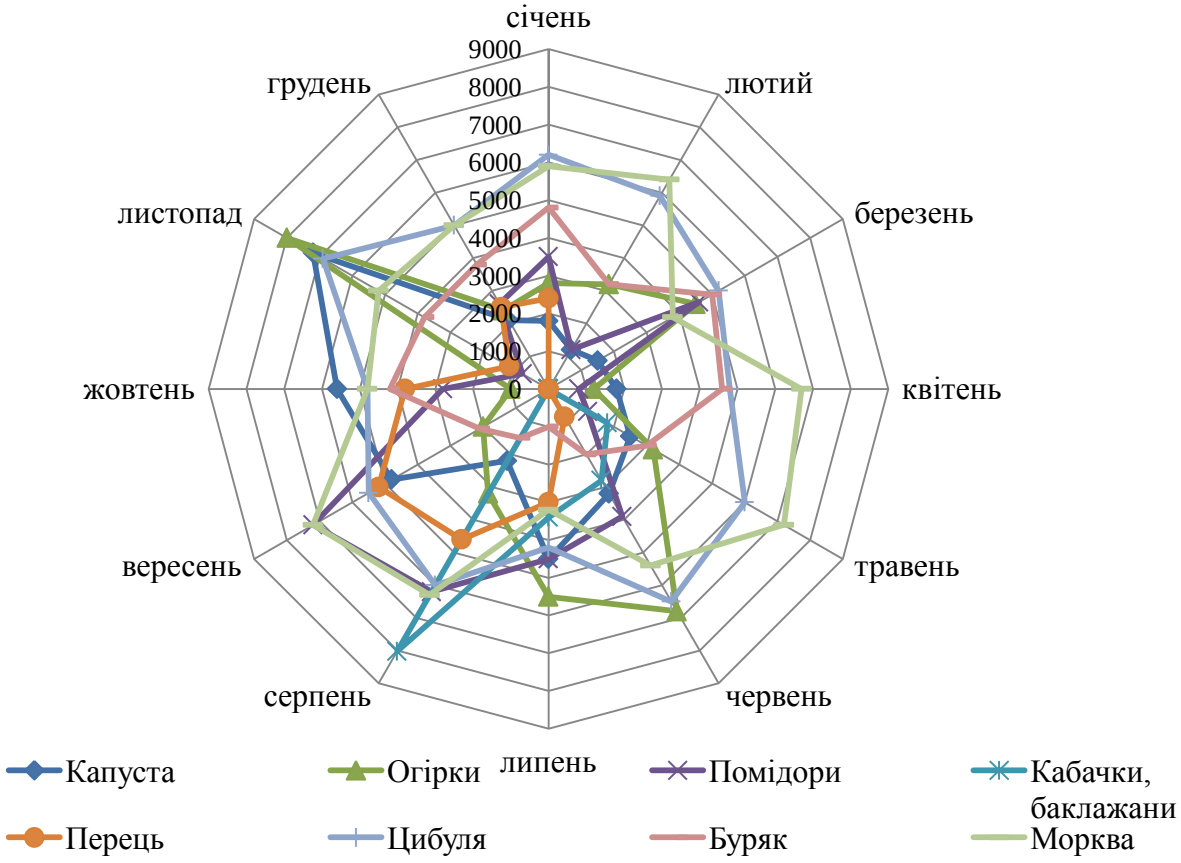


Рис. 2.8. Динаміка обсягів реалізації окремих груп овочевих культур на ринках Полтавської області у 2014 р.

Джерело: розраховано за даними [241-245; 308-312]

Проведені нами дослідження показали, що груповий та видовий склад овочевих та плодово-ягідних культур, які були реалізовані на ринках Полтавської області у період 2010 – 2014 рр. досить різноманітний, проте стримуючим фактором, що гальмує розвиток роздрібної торгівлі плодоовочевою продукцією залишається низька купівельна спроможність населення.

При цьому намітилася тенденція до збільшення попиту на якісні овочі та фрукти (як свіжі, так і заморожені), зумовлює зростання обсягів її пропозиції на внутрішньому ринку. Особливо високим є попит на продукцію у період їх масового збирання, коли на ринку формуються найнижчі ціни. Так, попит на традиційні для нашої зони овочі, такі як: капусту, цибулю, буряк, моркву залишався стабільним протягом року, що пояснюється досить високими

рівнями його пропонування, та тим фактом, що ця група культур є менш вимогливою до умов зберігання. У той час як, обсяги реалізації «інших» культур (кабачків, баклажанів, гарбузів) були високими лише у момент їх безпосереднього збирання.

Спостерігається також зростання попиту на свіжу продукцію поза сезоном її збирання. Обсяги реалізації огірків та помідорів, значно зростають напередодні свят, що супроводжується невиправданим ростом цін на них. При цьому, слід зазначити, що основна частина овочевої продукції, представлена на ринку, у цей період має іноземне походження. Тому, в області потрібно розширювати ємність сховищ, холодильного устаткування для зберігання плодоовочевої продукції та розвивати вітчизняне тепличне овочівництво закритого ґрунту, що дозволить, певним чином, стабілізувати ціни у галузі. Зростають також обсяги реалізації таких овочевих культур як: броколі, брюссельська, цвітна та пекінська капуста, томати «черрі», свіжі салати, салатні сорти цибулі, цибулю-порей, зеленні овочі тощо.

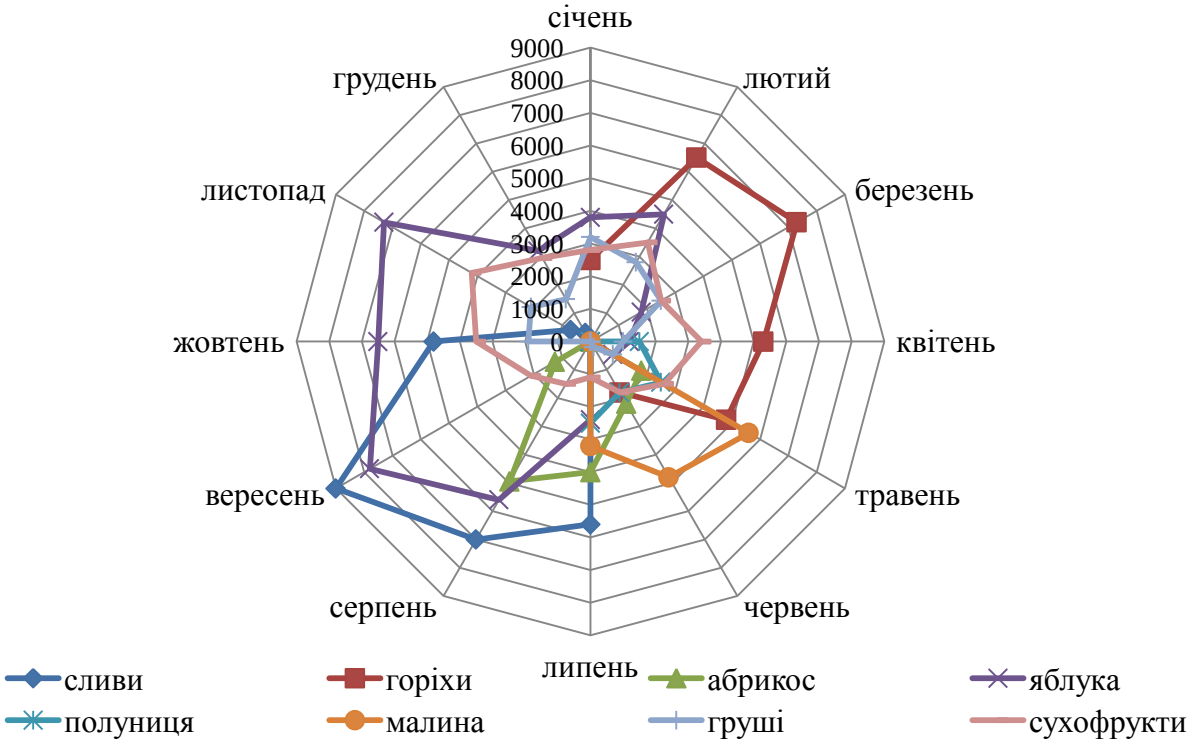


Рис. 2.9. Динаміка обсягів реалізації плодів та ягід на ринках Полтавської області у 2014 р.

Джерело: розраховано за даними [241-245; 308-312]; власні дослідження

Аналізуючи видовий склад реалізованих фруктів, слід відмітити, зростання попиту на яблука, протягом року. Проте, лише третина з запропонованих на ринку була продукцією вітчизняного виробництва, решта імпортована, переважно з Польщі, Німеччини, Італії тощо. Обсяги реалізації кісточкових порід (сливи, абрикоси) зростали лише у період їх масового збирання, аналогічна тенденція відмічена і по ягодам, основні обсяги якої були реалізовані у травні – липні. Постійним попитом на ринку, на протязі усього року користувалися горіхи та сухофрукти, збільшення обсягів реалізації яких, сприятиме розширенню місткості ринку та рівномірному надходженню коштів протягом року.

Ефективність просування плодоовочевої продукції від виробника до споживача, значною мірою, визначається співвідношеннями обсягів попиту й пропозиції на ринку та ціновими змінах на неї. Уявлення про коливання цін на овочі та фрукти у Полтавській області надають дані таблиці 2.31.

Таблиця 2.31

Динаміка цін реалізації на плодоовочеву продукцію у Полтавській області

Продукція	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. від 2010 р.	2014 р. у % до 2010 р.
Середні ціни реалізації, грн./т							
Овочі	3951,4	4742,1	3794,2	4694,0	4854,3	902,9	122,9
Плоди та ягоди	3206,2	4061,6	4338,4	4307,8	4408,6	1202,4	137,5
Індекси цін реалізації, % до попереднього року							
Овочі	112,6	120,0	80,0	123,7	103,4	-9,2	Х
Плоди та ягоди	68,9	126,7	106,8	99,3	102,3	33,4	Х

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

За 2010 – 2014 рр. відбулося зростання середньо реалізаційних цін по всіх видах культур плодоовочевої групи. Зокрема, ціни на овочі зросли на 22,9 %, а на плодово-ягідні культури – на 37,5 %.

Крім того, розміри цін залежать від каналів збуту продукції та періоду її реалізації. Слід відмітити, що ціни на овочеву та плодово-ягідну продукцію залежать від рівня її якості, строку та місця їх збуту, наявності конкурентних

переваг, розміру податків та зборів, собівартості виробництва та реалізації продукції. У свою чергу, розмір та структура виробничих витрат обумовлюється природними, організаційно-економічними чинниками, технологією виробництва та відповідною кількістю і вартістю залучених ресурсів. Тому найголовнішим завданням для виробників є впровадження планування виробництва плодоовочевої продукції та гарантування її збуту з обмеженою кількістю посередників, з використанням домовленостей між товаровиробниками та споживачами за прийнятними для обох сторін цінами.

Як показали проведені нами дослідження, головна тенденція полягає у суттєвому підвищені рівня цін, як в цілому по плодоовочах, так і в розрізі окремих культур. Так, найвищого рівня ціни досягають під час надходження на ринок перших партій нового врожаю: капусти – у квітні-травні; цибулі ріпчастої, буряку й моркви – у червні тощо. Найнижчі ціни на овочі довгострокового зберігання встановлюються в листопаді. Ціни на плодово-ягідну продукцію є досить високими, що пояснюється у першу чергу, складністю процесів вирощування, зберігання та транспортування продукції. Деяке зниження цін на яблука, спостерігається у період їх масового збору (серпень-вересень). Від так, рівень цін на плоди та ягоди залежить, перш за все, від базової якості, розфасування, реклами, специфіки торгового місця та інших факторів.

Ціни на овочі та фрукти значно різняться в регіональному розрізі. Найнижчими ціни складаються в тих районах, де найбільш сприятливі умови для їхнього вирощування і, відповідно, високий рівень пропозиції [76, с. 42].

Слід відмітити, що 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 мають місце сезонні коливання цін на овочеву продукцію. У наш час, на внутрішньому ринку спостерігається тенденція підвищення цін на овочеву продукцію (5-20%), що зумовлено інфляційними процесами та загальним подорожчанням продуктів харчування в Україні та світі. Основна маса овочевої

продукції надходить на міські та стихійні ринки. Моніторинг зафіксував значні коливання цін у регіонах, строках та каналах реалізації плодоовочевої продукції. Так, у торговельній мережі ціни вищі, ніж на міських ринках.

Найвищі ціни на плодоовочеву продукцію формуються у супермаркетах та продуктових магазинах, середні – у торговельно-сервісних комплексах та палатках, кіосках, а найбільш низькі – на міських, придорожніх й стихійних ринках та у виробників, що реалізують власну продукцію безпосередньо з поля. За даними моніторингу НДІ «Украгропромпродуктивність» середні ціни на овочі та фрукти урожаю 2013 – 2014 рр. на ринках області наведені у таблиці 2.32.

Таблиця 2.32

Динаміка середніх цін на окремі групи плодоовочевої продукції по ринках Полтавської області у 2014 році, грн./кг

Продукція	26.01.2014	30.03.2014	17.05.2014	21.07.2014	31.09.2014	19.11.14
капуста	11,37	11,41	12,96	8,22	5,05	9,22
буряк	6,45	5,51	4,78	3,65	4,44	5,42
морква	8,00	11,00	7,78	6,32	5,78	8,86
цибуля	9,85	10,72	11,62	6,58	5,95	11,70
яблука	18,67	19,90	10,85	12,30	6,50	11,00

Джерело: власні дослідження

Спостерігається сезонна циклічність цін – зростання їх у міру зменшення запасів і зниження – при збільшенні надходження на ринок продукції нового урожаю [97, 53]. Отже, ціни на плодоовочеву продукцію у області залишаються нестабільними. Їх коливання складно прогнозувати, насамперед, це обумовлюється загальною соціально-економічною ситуацією у країні. Тому, доцільним є застосування виваженого економічного підходу щодо формування цін, що сприятиме розвитку плодоовочевого ринку регіону та оптимізації системі збуту продукції.

За даними моніторингу Головного управління статистики у Полтавській області середні ціни на овочі та фрукти урожаю 2013 – 2014 рр. зафіксовані у місцевих продуктових мережах наведені у таблиці 2.33.

Таблиця 2.33

Динаміка середніх цін на окремі групи плодоовочевої продукції у продуктовій мережі Полтавської області у 2014 році, грн./кг

Продукція	26.01.2014	30.03.2014	17.05.2014	21.07.2014	31.09.2014	19.11.14
ТОВ «Фоззі-Фуд» магазини «Сільпо»						
капуста	12,19	11,99	12,99	9,79	4,11	4,01
Буряк	3,39	2,29	3,39	3,29	3,26	3,21
морква	3,79	2,99	4,29	6,29	4,48	3,44
цибуля	2,69	1,99	3,99	5,55	2,66	2,65
яблука	19,50	10,23	11,86	12,89	7,86	9,33
магазини ТОВ «АТБ»						
капуста	11,37	11,41	12,96	8,22	5,05	9,22
Буряк	6,45	5,51	4,78	3,65	4,44	5,42
морква	8,00	11,00	7,78	6,32	5,78	8,86
цибуля	9,85	10,72	11,62	6,58	5,95	11,70
яблука	18,67	19,90	10,85	12,30	6,50	11,00
магазини «Велмарт»						
капуста	11,68	12,44	2,99	4,19	4,10	4,05
Буряк	5,89	4,32	4,32	3,79	4,45	3,86
морква	8,89	7,29	5,29	3,79	5,12	2,96
цибуля	9,99	8,49	6,09	6,99	3,87	8,75
яблука	19,22	10,25	11,36	14,80	8,96	9,18
магазини «Брусничка»						
капуста	1,44	1,44	2,79	4,09	5,14	2,81
Буряк	4,75	4,75	3,25	3,49	3,18	3,05
морква	8,49	7,49	6,25	4,05	4,63	3,49
цибуля	11,40	11,40	6,25	4,25	2,49	2,66
яблука	10,15	11,85	13,01	14,40	10,64	12,80

Джерело: власні дослідження

Ціновий механізм сучасного ринку включає в себе формування системи цін, до яких належать: відпускні, договірні, закупівельні, оптові, роздрібні ціни тощо. Високим рівнем відзначається ціна реалізації на плоди і овочі підприємствами-виробниками посередницьким та комерційним структурам. Перепродаж продукції через кількох посередників зумовлює ріст цін у 3,5-4 рази і зосереджує основну частину прибутку у проміжній ланці. При цьому, через відсутність прямих зв'язків у системі «виробник споживач» рівень ціни на плодоовочеву продукцію визначає не пропозиція (тобто аграрне підприємство), а посередник. Від так, ціна, сформована таким чином, практично не забезпечує прибутку аграрію, а виробництво стає збитковим.

Посередник, придбавши продукцію нижчою за собівартість, продає її кінцевому споживачеві за ціною, яка забезпечує йому надприбутки [97, с. 54]. А, ринковий механізм набуває форми: підприємство-виробник – збиток; посередник – надприбуток; переробник – прибуток; кінцевий споживач.

Така цінова кон'юнктура на внутрішнього ринку плодоовочевої продукції зумовлює нестабільність доходів товаровиробників. Не останню роль у цьому відіграє нерозвиненість ринкової інфраструктури. Адже, ціна, зазвичай, повинна відшкодовувати виробнику авансований у виробництво капітал для подальшого його відтворення з можливістю модернізації і розширення виробництва [95, с. 85]. Натомість, через відсутність чіткої та прозорої торговельної мережі значна частина продукції потрапляє до посередника.

Певну характеристику щодо якості вирощених сільськогосподарськими підприємствами овочів та фруктів, а також уміння їх своєчасно реалізувати надає інформація про рівні товарності (табл. 2.34, 2.35).

Таблиця 2.34

Рівні товарності основних видів овочів та груп фруктів у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області, %

Види овочів та групи фруктів	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Овочі – всього	45,5	29,7	39,5	35,5	54,4
у т.ч.: томат	35,5	25,8	36,8	42,5	54,1
огірок	93,9	84,7	95,2	101,9	90,3
цибуля ріпчаста	58,1	30,6	35,9	22,1	46,2
капуста	37,2	10,6	19,8	20,2	40,5
морква столова	44,5	19,3	44,3	19,6	72,4
буряк столовий	27,1	27,9	23,8	22,2	67,2
інші овочеві культури	18,8	14,6	12,7	3,9	20,1
Плоди і ягоди – всього	79,3	92,4	70,9	97,0	91,0
у т.ч.: зерняткові	57,4	89,4	66,2	97,1	90,3
кісточкові	95,4	82,5	92,1	96,9	93,7
горіхоплідні	1,3	0,8	1,2	1,1	0,9
ягоди	90,6	26,7	97,9	95,9	61,0

Джерело: розраховано за даними [241-245; 308-312]

Аналіз показника у динаміці засвідчив досить суперечливу ситуацію, що склалась у регіоні. По деяких видах овочевих культур (огірки, цибуля ріпчаста) рівень товарності знизився. При цьому найвище значення аналізованого

показника спостерігалося за томатами і столовими буряками (близько 55,0 та 67,0 %), столовою морквою (до 73,0 %) та огірками (більш ніж 84,0 %). Останні вироблялися переважно у закритому ґрунті та характеризувалися підвищеним попитом населення у міжсезоння. У цілому рівень товарності овочів за аналізований час дещо зріс (з 45,5 до 54,4 %).

По групі плодово-ягідних культур, у цілому рівень товарності був досить високим, і за досліджуваний період зріс до 91,0 %. При цьому, по групі зерняткових плодів рівень товарності збільшився майже на 33,0 %.

Таблиця 2.35

Рівні товарності плодоовочевої продукції у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області за її адміністративними районами, %

Адміністративні райони	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Великобагачанський	48,4	34,8	42,6	38,4	24,3
Гадяцький	69,1	48,9	54,6	70,1	49,2
Глобинський	15,1	72,8	29,8	24,9	34,9
Гребінківський	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Диканський	96,7	70,1	64,1	41,0	35,8
Зіньківський	76,6	57,1	26,1	31,7	37,6
Карлівський	31,1	45,2	73,9	29,0	69,1
Кобеляцький	37,5	58,3	47,0	51,3	44,7
Козельщинський	12,6	15,0	16,2	23,5	18,9
Котелевський	27,2	39,9	40,2	40,5	37,7
Кременчуцький	29,3	32,8	49,8	68,9	78,4
Лохвицький	58,4	66,3	87,6	87,5	60,8
Лубенський	28,6	15,6	29,9	13,2	15,9
Машівський	18,2	29,3	23,9	18,5	36,1
Миргородський	10,8	74,9	86,7	64,2	67,4
Новосанжарський	12,9	18,6	13,5	14,0	16,3
Оржицький	22,4	86,1	75,8	26,3	34,5
Пирятинський	49,6	50,6	42,6	36,8	63,2
Полтавський	39,2	51,2	46,6	54,8	43,2
Решетилівський	15,3	30,2	32,9	28,3	19,8
Семенівський	29,6	66,0	47,3	77,6	62,8
Хорольський	90,6	77,6	52,8	75,6	64,8
Чорнухинський	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Чутівський	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Шишацький	7,9	12,6	3,4	2,8	12,3
Область у цілому	40,7	54,2	60,4	53,5	49,8

Джерело: розраховано за даними [241-245; 308-312]

Проте, такі порівняно високі значення показників товарності плодоовочів, мали місце не за кожним адміністративним районом регіону. Незадовільним її рівнем, насамперед, відзначалися господарства Шишацького району, де у 2014 р. він був найнижчим (12,3 %).

Дослідження показників економічної ефективності ведення плодоовочевого виробництва та її реалізації сільськогосподарськими підприємствами, дало досить суперечливі результати (табл. 2.36).

Таблиця 2.36

Рівень рентабельності (збитковості) плодоовочевої продукції у Полтавській області за 2010 – 2014 рр.

Роки	Сільськогосподарські підприємства	у тому числі:	
		Недержавні	Державні
Овочі			
2010	-0,2	3,0	-68,6
2011	-13,3	-14,5	-2,2
2012	-1,0	1,8	-29,7
2013	14,8	15,6	-43,1
2014	10,9	11,2	-6,7
Плоди та ягоди			
2010	15,9	16,2	-29,8
2011	-28,0	-28,0	-14,3
2012	-30,1	-28,9	-71,2
2013	-22,7	-22,4	-35,6
2014	-36,3	-36,3	-

Джерело: розраховано за даними [210, 211; 235-240]

Так, виробництво овочевої продукції було прибутковим у недержавних підприємствах за досліджуваний період, на кінець 2014 р. рентабельність становила 11,2 %. Державні підприємства, що займалися вирощуванням овочів протягом 2010 – 2014 рр. зазнавали збитків. Аналогічною є динаміка показників плодово-ягідного виробництва, яке було рентабельним лише у 2010 р.

У 2013 р. виробництво овочів вперше принесло прибуток сільськогосподарським підприємствам, а за 2010 – 2014 рр. рівень рентабельності у галузі збільшився на 10,0 відсоткових пунктів. Проте, наявні значення показників рентабельності є недостатніми для забезпечення розширеного відтворення та ведення ефективного виробництва (табл. 2.37).

Таблиця 2.37

Економічна ефективність виробництва та реалізації плодоовочевої продукції сільськогосподарськими підприємствами Полтавської області за 2010 – 2014 рр.

Роки	Кількість реалізованої продукції, ц	Повна собівартість продукції, тис. грн.	Чистий дохід (виручка), тис. грн.	Прибуток (збиток), тис. грн.	У розрахунку на 1 ц продукції		Рівень рентабельності (збитковості), %
					повна собівар-тість, грн.	середня ціна реалізації, грн.	
Овочі							
2010	6185,0	1291,5	1293,8	2,3	208,81	209,18	0,2
2011	28063,0	12681,1	15332,6	2651,5	451,88	546,36	20,9
2012	37984,0	13496,5	15412,8	1916,3	355,32	405,77	14,2
2013	44133,0	20158,8	21342,3	1183,5	456,80	483,60	5,9
2014	49987,0	21729,1	27368,2	5639,1	434,70	547,50	26,0
у т. ч. овочі відкритого ґрунту:							
2010	5553,0	988,2	986,3	-1,9	177,96	177,62	-0,2
2011	18276,0	2784,4	2414,2	-370,2	152,35	132,10	-13,3
2012	31081,0	3098,2	3068,2	-370,2	99,68	98,77	-1,0
2013	37914,0	6892,3	7909,5	1017,2	181,80	208,60	14,8
2014	4199,7	8342,6	9254,5	911,9	198,70	220,40	10,9
у т. ч. овочі закритого ґрунту:							
2010	632,0	303,3	307,5	4,2	479,91	486,55	1,4
2011	9787,0	9896,7	12918,4	3021,7	1011,21	1319,96	30,5
2012	6903,0	10398,3	12344,6	1946	1506,35	1788,29	18,7
2013	6219,0	13266,5	13432,8	166,3	2133,20	2159,90	1,3
2014	7990,0	773,7	585,8	-187,9	1675,40	2267,10	35,3
Плоди та ягоди							
2010	4322,0	1243,0	1441,3	197,8	287,71	333,48	15,9
2011	2626,0	1514,0	268,4	-423,3	576,54	415,35	-28,0
2012	3747,0	2318,3	1621,0	-697,3	618,71	432,61	-30,1
2013	5742,0	3274,4	2530,1	-744,3	570,30	440,60	-22,7
2014	7092,0	5106,1	3254,3	-1851,8	720,00	458,90	-36,3

Джерело: розраховано за даними [235-240]

Зростанню прибутковості овочівництва у досліджуваному періоді сприяло зростання обсягів реалізації продукції (на 43802,0 ц, або у 7 разів) та ціни їх реалізації за 1 ц (на 338,35 грн., або 2,6 рази).

Поряд з цим, спостерігається зростання собівартості реалізованої продукції, проте, дещо нижчими темпами (на 225,89 грн., або в 1,6 рази). Ці

обставини, дозволили отримати приріст прибутку з кожного центнера реалізованих овочів – 112,80 грн.

Позитивною є також динаміка показника реалізації плодів та ягід у сільськогосподарських підприємствах. За досліджуваний період обсяги її реалізації зросли на 2770,0 ц (або на 64,1 %), що юуло зумовлено зростанням середньої ціни реалізації з 333,48 грн у 2010 році до 458,9 грн. на кінець 2014 року (на 37,6 %).

Досліджуючи показники ефективності регіонального плодоовочівництва за окремими адміністративними районами, необхідно вказати, що реалізаційні ціни в деяких з них були значно нижчими за собівартість, що призвело до зростання чисельності збиткових підприємств-виробників у регіоні

За підсумками 2014 р. майже половина аграрних формувань адміністративних районів області завершили свою діяльність у галузі овочівництва зі збитком.

Досліджуючи ефективність розвитку садівництва у Полтавській області, слід зазначити, що діяльність підприємств-виробників мала ряд недоліків та негативних ознак. Насамперед, суттєво збільшилася собівартість кожного центнера реалізованих фруктів (на 331,00 грн., або у 1,2 рази), слід зазначити, що темпи зростання собівартості значно перевищили темпи росту цін реалізації, яка за досліджуваний період зросла лише на 99,13 грн. (29,7 %). Крім того, у багатьох адміністративних районах Полтавщини значення цих показників значно перевищувало середні по області, а існуючі ціни реалізації не покривають понесених на виробництво витрат. Це відбувається внаслідок диспаритету цін між промисловістю й сільським господарством, що призводить до прямого підвищення собівартості даного виду продукції на величину підвищення цін на матеріальні ресурси і послуги.

Однак, слід відмітити, що наявна сировинна база Полтавщини та прилеглих до неї областей сприяє розвитку у нашому регіоні виробництва продуктів промислової переробки овочів та фруктів. В минулому, забезпеченням області овочами та продуктами їх переробки займалася потужна

організація Полтаваплодоовочпром, що об'єднувала потужні консервні заводи у Полтавському, Миргородському, Хорольському, Зінківському, Новосанжарському, Глобинському (м. Кременчук) районах, а також два державні – у Пирятинському та Гадяцькому районах. Поряд з ними на ринку діяло велика кількість інших господарюючих суб'єктів, овочесховищ, консервних та фруктопереробних цехів, оптово-роздрібних комбінатів тощо.

Процес розподілу власності продовжується і зараз, вітчизняні та іноземні інвестори проявляють інтерес до українського ринку плодоовочевої продукції, у т.ч. промислової переробки овочів та фруктів. Слід наголосити на тому, що бізнес на ринку промислової переробки плодоовочевої продукції вимагає значних капіталовкладень і витрат праці, при цьому віддача грошових засобів не завжди є швидкою та високою. Тому більшість крупних «гравців» зіткнулися з нестачею обігових коштів та змушені були припинити свою діяльність. Новостворені та дрібні підприємствам відчувають труднощі в адаптації до жорстких ринкових умов (організації системи постачання плодоовочевої сировини, створенні торговельної марки, побудові мережі розподілу та збуту продукції тощо) тому їх виробництво має епізодичний характер. Основних представників промислового плодоовочевого бізнесу (зареєстрованих в органах державної статистики Полтавської області) за період з 2000 по 2014 рр. наведено у додатку Я. Господарюючі суб'єкти Полтавської області, які у 2014 р. фактично займалися виробництвом овочевих та фруктових консерв і соків (зареєстрованих в органах державної статистики Полтавської області) за адміністративними районами ми згрупували у додатку АА.

У регіоні у 2010 – 2014 рр. аналізованим видом діяльності займалося десять юридичних осіб, серед яких переважну частину становили суб'єкти малого бізнесу та підприємства для яких промислова переробка плодоовочів не є основним видом діяльності. Їх вклад у формування регіонального ринку плодоовочевої продукції області слід оцінити як мізерний. Більшість виробників розташована у містах або поблизу міст області. Однак, для

більшості з них перероблення плодоовочевої сировини поки що відіграє допоміжну роль.

Уявлення про динаміку обсягів виробництва продуктів промислової переробки овочів та фруктів у 2010 – 2014 рр. надає таблиця 2.38.

Таблиця 2.38

Динаміка обсягів виробництва продуктів промислової переробки овочів та фруктів у Полтавській області, 2010 – 2014 рр., т

Продукція	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. від 2010 р.	2014 р. у % до 2010 р.
Соки натуральні (включаючи апельсиновий), у тому числі: сік	-	382,0	139,0	98,0	-	-	X
Овочі консервовані натуральні	1435,0	857,0	875,0	1790,0	697,0	-738,0	-51,4
Томати, приготовлені чи консервовані натуральні	46,0	37,0	38,0	6,0	6,0	-40,0	-87,0
Капуста квашена, горох, боби, кукурудза цукрова консервована	1258,0	732,0	453,0	1249,0	686,0	-572,0	-45,5
Овочі та суміші овочеві інші, незаморожені (страви овочеві і грибні, огірки солоні і квашені)	131,0	88,0	384,0	535,0	5,0	-126,0	-96,2
Овочі, фрукти, гриби, консервовані з додаванням оцту чи оцтової кислоти	347,0	184,0	219,0	268,0	63,0	-284,0	-81,8
Джеми, желе фруктові, пюре та пасти фруктові чи горіхові	249,0	125,0	105,0	104,0	96,0	-153,0	-61,4
Разом	3466,0	2405,0	2213,0	4050,0	1553,0	-1913,0	-55,2

Джерело: розраховано за даними [228, 229]; «Звіту про виробництво та реалізацію промислової продукції» ф. №1 П-НПП (річна)

Аналізуючи склад і структуру виробництва продуктів промислової переробки овочів та фруктів за 2010 – 2014 рр. (додаток АБ), слід відмітити наявність негативної тенденції, що проявляється у зниженні обсягів їх регіонального виробництва (на 1913,0 т, або на 55,2 %). При цьому воно відбувалося за кожною номенклатурною статтею плодоовочевих виробів.

За досліджуваний період виробництво соків скоротилося майже у 3 рази, виробництво консервованих овочів – на 738,0 т, капусти квашеної, гороху, кукурудзи консервованої – на 572,0 т, томатів консервованих на 40,0 т, овочевих сумішей (огірків солоних і квашених) – на 126,0 т, фруктових джемів – на 153,0 т.

В останні роки обсяги виробництва плодоовочевих консервів та соків підприємствами Полтавщини не забезпечували третини потреб населення регіону у даному виду продукції, у результаті чого намітилася чітка тенденція до зниження обсягів споживання товарів плодоовочевої переробки. Динаміка виробництва окремих видів харчових продуктів плодоовочевої групи у розрахунку на одного жителя області наведена у таблиці 2.39.

Таблиця 2.39

Динаміка виробництва окремих видів харчових продуктів на одну особу, 2010 – 2014 рр., кг

Продукція	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. від 2010 р.	2014 р. у % до 2010 р.
Соки натуральні (включаючи апельсиновий)	…[1]	0,3	0,1	0,1	…[1]	х	Х
Овочі консервовані натуральні	0,9	0,6	0,6	1,2	0,5	-0,4	-44,4
Овочі, фрукти, гриби, консервовані з додаванням оцту чи оцтової кислоти	0,2	0,1	0,1	0,2	0,0	-0,2	-100,0
Джеми, желе фруктові, пюре та пасти фруктові чи горіхові	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	-0,1	-50,0

Джерело: розраховано за даними [228, 229]; «Звіту про виробництво та реалізацію промислової продукції» ф. №1 П-НПП (річна)

Проведені нами дослідження довели, що більшість існуючих (тимчасово не діючих) промислових підприємств області потребує оновлення основних виробничих фондів (їх реконструкції та переобладнання), залучення додаткових інвестиційних засобів, удосконалення та застосування нових збутових схем тощо. Значно ускладнює даний процес дефіцит обігових коштів.

Висновки до розділу 2

1. Характерною особливістю територіального ринку Полтавщини є нееластичний попит на плодоовочеву продукцію і продукти її переробки. Така реакція зумовлена тим, що споживачі скорочують обсяги купівлі продукції при зростанні на неї ціни, і навпаки, при зниженні ціни споживають її більше. В цілому за 2010 – 2014 рр. попит на овочеву продукцію збільшився на 77,2 тис.т або на 18,4 %, а на фрукти його приріст склав 4,8 тис.т або на 4,3 %. Якщо в даному випадку основним фактором зростання попиту було споживання, то у другому – зростання обсягів реалізації за іншими каналами.

2. Формування пропозиції плодоовочевої продукції відбулося за рахунок її виробництва в Полтавській області. Так, плодоовочеве товарне виробництво овочів за останні п’ять років зросло на 359,2 тис. т або на 68,2 %, а фруктів зменшилося на 5,0 тис. т або 4,1 %.

3. Фонд споживання плодоовочевої продукції за 2010 – 2014 рр. збільшився на 16,8 тис. т (5,1 %), що зумовлено зростанням загальної місткості ринку на 402,6 тис. т (67,1 %). Рівень самозабезпечення ринку продукцією власного виробництва у 2014 р. зріс на 2,6% порівняно з 2010 р. При рівні виробництва 433,0 кг на одну особу в рік обсяги споживання плодоовочів становило 239,7 кг (50,0 % пропонованого об’єму). Крім того, на споживання плодоовочевої продукції впливав чисельний склад членів сім’ї. Так, родини з дітьми до 18 років на придбання овочів та фруктів витрачали значно менше, ніж домогосподарства без дітей, а із зростанням кількості останніх споживання аналізованих продуктів скорочувалося ще у 2 рази. Невисокий рівень купівельної спроможності жителів (та країни у цілому), певною мірою зумовлений традиціями населення (особливо, сільської місцевості) віддавати перевагу домашнім заготівлям та низькими рівнями доходів, які не відповідають прожитковому мінімуму.

4. Виявлено, що 56 % опитаних споживачів плодоовочевої продукції надають перевагу помідорам, моркві, цибулі, буряку, капусті («борщовий

набір»). За видовим складом фруктів, близько половини опитаних віддали свої смакові переваги споживанню яблук. У структурі плодово-ягідних продуктів частка споживання кісточкових порід, зокрема – черешні, абрикосу, персика становить 23,0 % та ягід – 17,0 %. Низький рівень доходів населення 37 % опитаних респондентів обумовлює купівлю фруктів і овочів на місцевих ринках. Споживачі з вищими рівнями доходів віддають перевагу супермаркетам, де їх якість вища, а асортимент ширший ніж на придорожніх і стихійних ринках чи у невеликих продовольчих магазинах. При цьому 78 % опитаних незадоволені якістю пропонованої на ринку продукції. Споживачі готові платити вищу ціну за продукцію гарантованої якості.

5. Позитивна динаміка виробництва показала, що у 2014 р. порівняно із 2010 р. обсяги валових зборів овочів та плодів і ягід збільшилися на 1161,7 і на 58,2 тис. ц відповідно. Але знизилася їх промислова переробка. За досліджуваний період виробництво соків скоротилося майже у 3 рази, виробництво консервованих овочів – на 738,0 т, капусти квашеної, гороху, кукурудзи консервованої – на 572,0 т, томатів консервованих на 40,0 т, овочевих сумішей (огірків солоних і квашених) – на 126,0 т, фруктових джемів – на 153,0 т.

Основними суб’єктами, які займалися промисловою переробкою плодів та овочів в області були: ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Полтава біопродукт-Полтавський консервний завод», ПАТ «Миргородський завод продтоварів «Калинка», ПАТ «Кобеляцький завод продовольчих товарів «Мрія», ТОВ «Євразія».

6. Зростання виробництва овочів обумовило підвищення обсягів її реалізації та виокремило найбільших товаровиробників. Найбільшими постачальниками на переробку овочів були господарства Великобагачанського (до 20,9 %), Миргородського (до 40,2 %), Кременчуцького (до 15,7 %) районів, де обсяги виробленої продукції за досліджуваний період були найбільшими. Що стосується реалізації фруктів, то і тут у досліджуваному періоді спостерігалося зменшення обсягів продажу. Основну частку реалізації плодово-

ягідної продукції забезпечували Кобеляцький, Карлівський та Кременчуцький райони. В інших районах регіону відсоток участі у реалізації фруктів був дуже низьким або взагалі відсутнім (незважаючи на незначні, проте, наявні обсяги виробництва).

7. У досліджуваному періоді основними напрямами реалізації свіжих овочів та фруктів були: ринковий продаж та за «іншими каналами». Що стосується свіжих фруктів, то тут майже в усі аналізовані роки головним каналом реалізації був продаж на ринку. Обсяги збуту плодоовочевої продукції за «іншими каналами» зросли з 4440,8 тис. ц у 2010 р. до 43788,6. ц на кінець 2014 р. (у 9,8 разів); плодів та ягід у 30,3 рази порівняно з 2010 р. Зростають також обсяги реалізації овочів та плодів населенню в рахунок оплати праці у 6,3 та 5,4 рази відповідно. Позитивна динаміка зростання обсягів реалізації спостерігається при реалізації плодоовочевої продукції на ринку. Оцінюючи динаміку, слід зазначити, що частка продажу плодоовочевої продукції на ринку скорочується (по овочам 29,9 до 6,7 %, по плодам та ягодам з 41,3 у 2010 р. до 14,6 % на кінець у 2014 р.), тобто він перестає бути головним каналом збуту.

8. Найбільші ціни на плодоовочеву продукцію формується в супермаркетах та продуктових магазинах, середні – у торгівельно-сервісних комплексах, палатках і кіосках, а найнижчі – на місцевих, придорожніх та стихійних ринках; та у виробників, що реалізують власну продукцію безпосередньо з поля. Спостерігається сезонність цін. При зростанні собівартості за 2010 – 2014 рр. цінова політика на овочі дала можливість одержати у 2014 році найвищий рівень рентабельності овочів (26,0 %) та найвищий рівень збитковості плодів і ягід (-36,3 %).

РОЗДІЛ 3
НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ В ЛОКАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРІ

3.1. Удосконалення інфраструктури ринку плодоовочевої продукції

Сучасний стан продовольчого ринку значною мірою визначається рівнем розвитку його інфраструктури, оскільки саме вона покликана забезпечувати взаємозв'язок між суб'єктами, що формують попит та пропозицію на ринку, й тим самим впливають на швидкість обігу товарів на ньому і, найголовніше, на процеси ціноутворення в галузі. Суб'єкти інфраструктури аграрного ринку (забезпечують просування продукції від виробника до кінцевого споживача найбільш ефективним шляхом. Підприємства аграрного сектору, системи транспортного забезпечення, складська мережа та інші елементи інфраструктури беруть участь в ефективному використанні ресурсного потенціалу виробників і насиченні ринку продуктами. Розвиток інфраструктури продовольчого ринку формує основу для ефективної організації продовольчого забезпечення регіону.

Від так, інфраструктура аграрного ринку є системою підприємств та організацій, що обслуговують виробників сільськогосподарської продукції. Її формування тісно пов’язане з забезпеченням виконання певних функцій: оптова та роздрібна торгівля, транспортування, зберігання, стандартизація, сертифікація, інформаційне забезпечення тощо. Вартість виконання цих функцій пропорційно впливає на ціну, за якою продукція надходить до кінцевого споживача [286, с. 22].

З переходом економіки країни до ринкових умов господарювання, державна централізована система обслуговування сільськогосподарського виробництва значною мірою замінена комерційними підприємствами її інфраструктурного забезпечення. При цьому, важливим моментом, є те, щоб елементи ринкової інфраструктури були представлені не лише державою або

приватними комерційними організаціями, але й сільськогосподарськими виробниками. Адже, сучасний стан розвитку аграрного ринку характеризує ситуація, коли найвищі прибутки зосереджуються не у виробників чи суб'єктів, що займаються промисловою переробкою сільськогосподарської продукції, а у посередників, які зайняли ту нішу, яка повинна належати інститутам ринкової інфраструктури. Монопольне становище посередників при реалізації продукції агропромислового виробництва дає їм змогу визначати рівень закупівельних цін і впливати на розподіл доходів. Таким чином, питання визначення ролі інфраструктури ринку у системі збуту плодоовочевої продукції є надзвичайно важливим та актуальним.

Відомі вчені П.І. Гайдуцький, П.Т. Саблук зазначають, що система збуту плодоовочевої продукції повинна формуватись та регулюватись державою (як із центру, так і на місцях), так як це відбувається у зарубіжних країнах із високим рівнем розвитку сільськогосподарського виробництва. Так, П. Саблук [287, с. 218], О. Шпичак [288, с. 160] при аналізі сільськогосподарської торгівлі, досить часто звертають увагу на проблему диспаритету цін та несформованості мережі посередницьких ланок, які б могли забезпечити ефективне просування продукції за справедливими ціновими співвідношеннями. Згідно з оцінками експертів Німецької консультативної групи, внаслідок недосконалості системи збуту виробники плодоовочевої продукції в Україні отримують близько 40 % кінцевої (експортної) ціни, тоді як німецькі фермери близько 70 % [289, с. 107]. Це підтверджує той факт, що потенційно прибутковість виробництва може бути подвоєна при наближенні інфраструктури вітчизняного ринку до європейських стандартів.

Саме тому, наступним етапом аналізу регіонального плодоовочевого ринку є дослідження його інфраструктури, як основної складової будь-якого ринку. Інфраструктура створює середовище для забезпечення ефективного функціонування всіх господарюючих суб’єктів, допомагає товаровиробникам реалізувати власну продукцію, вирішує питання ціноутворення (встановлення паритетних цін у відносинах виробників плодоовочевої продукції з

формуваннями інших галузей АПК). Основними складовими елементами, ринкової інфраструктури є: оптові ринки, товарні біржі, торгові доми, аукціони, заготівельні підприємства, виставки-продажі, ярмарки, фірмові магазини, обслуговуючі кооперативи, мережа торговельних точок, інформаційні центри, кредитні спілки тощо. Саме вони повинні виконувати всі посередницькі функції на шляху від виробника до кінцевого споживача.

Розвиток ринкової інфраструктури базується на зниженні обсягів витрат по всіх, без винятку, господарських операціях, забезпечення їх прозорості та надійності. У 2014 р. на обласних та районних рівнях нашої країни діяло 563 продовольчі ринки, 35 товарних бірж, 408 агроторговельних домів, 23,6 тис. заготівельних пунктів у сільській місцевості.

У Полтавській області наявна значна кількість об’єктів ринкової інфраструктури. Організаційно-технічний елемент інфраструктури агропродовольчого ринку представлений: біржами (23 од.), агроторговими домами (3 од.), продовольчими ринками (16 од.), заготівельними пунктами (1043 од.), сільськогосподарськими кооперативами (46 од.) тощо (табл. 3.1).

Одним з центральних елементів ринкової інфраструктури виступають товарні біржі, які в країнах з розвиненою ринковою економікою забезпечили високий рівень організації оптової торгівлі. Оскільки, головною особливістю сільськогосподарського виробництва є сезонність виробництва та залежність від впливу природно-кліматичних факторів, ці обставини значно ускладнюють процес оцінки майбутнього врожаю, а головне – встановлення цін на товарну продукцію. Тому, саме товарна біржа, з притаманною їй системою торгівлі і функціями дозволяє сформувати дієвий організаційно-економічний механізм ціноутворення, забезпечити систему страхування можливих ризиків, викликаних змінами на кон’юнктурних ринках.

Проте, біржовий ринок, у нашій країні ще не став дієвим механізмом стабілізації кон'юнктури, та не у повному обсязі виконує покладені на нього регуляторні функції.

Таблиця 3.1

Основні елементи ринкової інфраструктури Полтавської області, од.

Елементи ринкової Інфраструктури	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. (+/-) до 2010 р.
Біржі	17	23	24	24	23	+6
Агроторгові доми, всього	3	3	3	3	3	0
у т.ч.: міжрайонні	0	0	0	0	0	0
районні	3	3	3	3	3	0
Продовольчі ринки, всього	9	10	11	13	16	+7
у т.ч.: обласні	0	1	2	2	2	+2
районні	9	9	9	11	14	+5
Оптово-плодоовочеві ринки	5	4	4	5	7	+2
у т.ч.: обласні	0	0	0	0	0	0
районні	5	4	4	5	7	+2
Заготівельні пункти	640	734	811	889	1043	+403
з них – по заготівлі плодоовочевої продукції	9	11	15	14	16	+7
Сільськогосподарські кооперативи	27	28	38	39	46	+9
у т.ч.: обслуговуючі	7	7	16	18	25	+18
виробничі	20	21	22	23	21	+1
Кредитні спілки	28	29	30	29	29	+1
Підприємства, що здійснюють оптову торгівлю продовольчими товарами	239	289	313	347	302	+63
Підприємства роздрібної торгівлі з продажу продовольчих товарів	228	225	223	203	201	-27
у т.ч.: спеціалізовані магазини	24	23	19	18	22	-2
неспеціалізовані магазини	207	198	188	182	179	-28
Підприємства ресторанного господарства	128	125	123	103	101	-27

Джерело: розраховано за даними [208-211]

Основними причинами недостатньої ефективності біржової діяльності, як зазначають експерти, є низький рівень активності виробників (через нестачу часу, потребу у коштах, ризик не продажу продукції) та ліквідності пропозиції, заниження цін трейдерами-експортерами та розповсюдженість «тіньових» відносин (закупівля посередниками продукції з поля за заниженими цінами без укладання попередніх угод), а також високий ступінь недотримання умов договорів. Формування цивілізованого біржового ринку вимагає врахування світового досвіду країн, у яких активного розвитку набула біржова торгівля.

Процес становлення інфраструктури аграрного ринку в регіоні триває і передбачає подальший розвиток біржової торгівлі, організаційно-правові засади якої закладені у Законі України «Про товарну біржу» [290]. Тому держава повинна створити сприятливі передумови по залученню товаровиробників до активної участі у біржових торгах.

Досліджуючи питання розвитку біржової торгівлі у регіоні, слід відмітити, що за досліджуваний період спостерігається зростання чисельності крупних формувань на ринку області (табл. 3.2) .

Таблиця 3.2

Динаміка зареєстрованих бірж у Полтавській області за 2010 – 2014 рр.

Види бірж	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. (+/-) до 2010 р.
Біржі – всього	17	23	24	24	23	+6
у т.ч.: агропромислові	1	1	1	1	1	0
товарно-сировинні та товарні	8	13	14	14	13	+5
універсальні	6	6	6	6	6	0
інші	2	3	3	3	3	+1

Джерело: розраховано за даними [208, 209]

Так, у Полтавському регіоні протягом 2010 – 2014 рр. зростає чисельність товарних бірж, також в області функціонувало 6 універсальних та одна агропромислова біржа. Їх діяльність характеризується чітко вираженою тенденцією до зростання зацікавленості учасників аграрного ринку до біржового обслуговування при укладенні угод купівлі-продажу. Основними категоріями продукції, що реалізовувалася на біржах були: пшениця продовольча і непродовольча, ячмінь фуражний, кукурудза, насіння соняшнику.

Структурними підрозділами товарних бірж регіону є акредитовані брокерські контори, які розміщені у Полтаві, Кременчуці, Гребінці, Пирятині, Лубнах, Миргороді та інших містах. Значна їх частина представлена регіональними та районними агроторговими домами.

Наявність мережі агроторгових домів, які є більш наближеним до сільськогосподарських товаровиробників елементом ринкової інфраструктури

значно спрощує процедуру і форми торгівлі сільськогосподарською продукцією та продуктами її переробки, сприяє частковому зниженню рівня монополізму ринку переробними підприємствами у регіоні. Необхідність створення агроторгових домів обумовлена тим, що виробники не у змозі особисто сформувати достатні за обсягом біржові лоти, не володіють відповідною інформацією та не мають доступу до сертифікованих біржових складів тощо. Співпраця з агроторговими домами забезпечує виробникам можливість користування банківськими кредитами під укладені угоди, захист від цінових коливань, широку поінформованість про стан попиту й пропозиції у регіоні та країні у цілому, доступ до міжнародних ринків.

На Полтавщині у 2014 р. діяло 3 агроторгових доми, які займалися переважно закупівлею та реалізацією зерна й насіння соняшнику (досить часто – невеликими партіями). Що стосується овочів та фруктів, то їх оборот через дані інфраструктурні елементи, по суті, є мізерним. Серед основних перешкод у розвитку їх діяльності є: наявність значної кількості посередників, складнощі у кредитуванні, значна тінізація ринку тощо.

Вирішенню зазначених проблем, частково сприяло б удосконалення організаційної структури агроторгових домів з наданням їм статусу самостійних добровільних об’єднань виробників. Вказане дозволить запобігти антиконкурентним діям та штучному заниженню закупівельних цін на продукцію, що реалізується ними. При цьому перевагу слід надавати тим, які функціонують на кооперативних засадах.

За досліджуваний період спостерігається також зростання чисельності суб’єктів, що займаються оптовою торгівлею. Так, чисельність продовольчих та оптових ринків плодоовочевої продукції збільшується. На Полтавщині вони зосереджені переважно у районах області. Основними функціями є: проведення оптових аукціонних торгів; контроль за якістю продукції; надання учасникам інформації щодо стану попиту й пропозиції, рівню цін на ринку; забезпечення контрольно-вимірювальним обладнанням; надання транспортних, соціально-побутових послуг; організація охорони та протипожежної безпеки [291, с. 78-

79]. Проте, рівень розвитку оптової торгівлі овочами та фруктами у регіоні залишається на досить низькому рівні. А наявна торговельна мережа неспроможна конкурувати зі стихійними ринками.

Зростає чисельність сільськогосподарських обслуговуючих та виробничих кооперативів. Аналогічна динаміка прослідковується по всіх адміністративних районах регіону. Разом з цим зросли й обсяги закупленої ними аграрної продукції та наданих послуг. У структурі кооперативів регіону найбільшу питому вагу займають виробничі, їх чисельність за досліджуваний період зростає на 9 од. або на 33,3 %, що супроводжується також і підвищенням рівня обслуговуючої кооперації. Так, за 2010 – 2014 рр. у Полтавській області загальна кількість сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів збільшилась на 18 од. (або у 2,5 рази) (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Динаміка чисельності сільськогосподарських кооперативів у Полтавській області, од.

Елементи ринкової Інфраструктури	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. (+/-) до 2010 р.
Сільськогосподарські кооперативи – всього	27	28	38	39	46	+9
Виробничі кооперативи	20	21	22	23	21	+1
Обслуговуючі кооперативи, з них:	7	7	16	18	25	+18
переробні	1	1	2	2	2	+1
заготівельно-збутові	1	2	8	11	12	+11
постачальницькі	1	1	-	-	1	0
сервісні	2	2	2	3	6	+4
багатофункціональні	1	-	2	1	2	+1
інші	1	2	2	1	2	+1

Джерело: розраховано за даними [208, 209]

Від так, відповідно до природно-кліматичних умов та спеціалізації плодоовочевого виробництва у регіоні сформовані різні форми кооперативах об’єднань та структур (табл. 3.4). Серед них, вагомих успіхів досяг кооператив «Батьківщина» Котелевського району Полтавської області.

Аналіз діяльності обслуговуючих кооперативів області показує, що засновниками більшості з них є власники фермерських господарств, які

кооперуються переважно для надання послуг з обробітку ґрунту, збирання урожаю, послуг механізації, первинної обробки, зберігання та підготовки до реалізації плодоовочевої продукції.

Таблиця 3.4

Види кооперативів на плодоовочевому ринку Полтавської області

Види	Характеристики
Виробничі	Кооперативи, що здійснюють свою діяльність на засадах підприємництва з метою одержання прибутку, обов'язкової трудової участі членів у процесі виробництва плодоовочевої продукції. Наприклад «Батьківщина» Котелевський р-н., «Петрівські овочі» Глобинський р-н, «Дружба» Хорольський р-н.
Обслуговуючі:	Кооперативи, що спрямовують свою діяльність на обслуговування плодоовочевого та інших виробництв, учасників кооперації не мають на меті одержання прибутку.
- переробні	займаються переробкою сировини (виробництво овочевих, плодово-ягідних продуктів та виробів). Наприклад «Гребінчин край» м. Гребінка, «Радянський» Кременчуцький р-н.
- заготівельно-збутові	займаються заготівлею, зберіганням, передпродажною обробкою, реалізацією плодоовочевої продукції, наданням маркетингових послуг. Наприклад «Бірківський овочівник» Зіньківський р-н., «Добробут Петрашівки» Глобинський р-н.
- постачальницькі	займаються закупівлею та постачанням засобів виробництва, матеріально-технічних ресурсів та постачання їх членам кооперативу. Наприклад «Сільгосппгарант сервіс» Семенівський р-н
- сервісні	надають технологічні, транспортні, ремонтні, побутові, науково-консультаційні послуги тощо. Наприклад «Кремінь-Агро» Кременчуцький р-н.
- змішані	поєднують кілька видів діяльності та наданням послуг. Наприклад «Радянський» Кременчуцький р-н.

Джерело: власні дослідження

Однак, активна діяльність здійснюється лише кооперативами Глобинського, Зіньківського, Лохвицького, Кременчуцького та Семенівського районів. За рахунок розширення частки ринку, створення власних спільних каналів постачання і збуту продукції у них з’являється можливість впливати на коливання кон'юнктури ринку плодоовочевої продукції. Розвиток плодоовочевої кооперації дає можливість найбільш повно розкривати і використовувати переваги кооперативних формувань на регіональному рівні, активізувати господарсько-виробничу і економічну діяльність, створювати необхідні переваги і умови для формування широкої сітки різних кооперативів.

Особливе місце у формуванні інфраструктури аграрного ринку області займають заготівельні пункти, створені у сільській місцевості у місцях безпосереднього виробництва плодоовочевої продукції. Вони, у переважній більшості, забезпечені власними транспортними засобами і за заявками власників господарств населення закуповують у них сільськогосподарську продукцію. Основною метою їх діяльності є здійснення сортування та зберігання сировини у складських приміщеннях та підготовки продукції до реалізації. Проведені нами дослідження свідчать, що за досліджуваний період їх кількість зросла до 1043 од (тобто, на 403 од. або 63,0 %).

Більшість пересувних заготівельних пунктів здійснюють зустрічний продаж чи натуральний обмін промислових товарів або сільськогосподарської продукції, яка не вирощується в даній місцевості на традиційну для даного регіону сільськогосподарську продукцію, яку вирощують господарства населення. Транспортування продукції в місця підвищеного попиту на неї, відбувається з використанням системи дрібнооптових та роздрібних продовольчих ринків, які займаються її реалізацією.

Серед інших об’єктів інфраструктури аграрного ринку продовжують розвиватися кооперативні спілки. З 29 кредитних спілок зареєстрованих в області на 31 грудня 2014 р., 13 об’єднані у Полтавську кооперативну лігу й ведуть активну діяльність. Вони надають кредити особистим і фермерським господарствам, приватним підприємцям у сільській місцевості.

Взаємодоповнюючою складовою інфраструктури ринку є роздрібна ланка агропродовольчого ринку. Нині її значну частину становить неорганізований сектор. Оскільки плодоовочева продукція має обмежений термін зберігання, швидко псується, її доцільно реалізовувати, насамперед, на міських ринках. До переваг даного каналу, слід віднести: низькі витрати на транспортування та зберігання продукції, маркетинг, організацію торгівлі тощо. Сучасний розвиток міських ринків, водночас, сприятиме підвищенню життєвого рівня та соціального забезпечення населення та встановленню справедливих цін тощо.

Саме тому, особливу увагу слід приділити дослідженню розвитку ринкової торгівлі, яка є сполучною ланкою між виробниками та кінцевими споживачами. Саме через мережу роздрібних ринків відбувається реалізація значної частини плодоовочевої продукції у широкому асортименті. При цьому особливу увагу слід приділити активізації процесу розвитку сільськогосподарських ринків, загальна кількість яких, в останні роки зменшилась (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Динаміка чисельності споживчих ринків у Полтавській області

Рік	Кількість ринків усього	Спеціалізовані ринки			Площа ринків, тис.м^2	
		продовольчі	непродо-вольчі	змішані	загальна площа	торгова площа
2005	93	14	17	62	720	527
2006	93	11	18	64	724	535
2007	87	8	17	62	691	504
2010	88	9	18	61	690	491
2011	89	10	19	59	670	473
2012	88	11	18	59	670	473
2013	82	8	15	59	670	473
2014	81	7	14	60	680	480

Джерело: розраховано за даними [308 – 312]

У товарній структурі роздрібного товарообороту у 2014 р. частка реалізації непродовольчих товарів становила – 58,6 %, а продовольчих – 40,1 % загального обсягу роздрібного продажу [209]. Зазначимо, що протягом досліджуваного періоду в більшості районів області обсяги гуртового й роздрібного товарообороту мали тенденцію до зростання.

Так, за досліджуваний період, загальна кількість споживчих ринків зменшується, що супроводжується скороченням торгових площ як продовольчих, так і непродовольчих ринків. Відбуваються також значні зміни у формах власності існуючих ринків, яка проявляється у заміні державної (комунальної) власності на приватну. Ці процеси супроводжуються активними змінами у матеріально-технічній базі ринків, зростають торгівельні площі, збільшується число торгових місць, павільйонів. На територіях ринків з’являються нові магазини, палатки, кіоски та контейнери, а також лабораторії

санітарно-ветеринарної експертизи. Збільшується й кількість холодильників та їх місткість, камер схову та їх обсяг (табл. 3.6). Станом на 1 січня 2015 р. в області налічувався 81 ринок.

Таблиця 3.6

Динаміка наявності та використання торгової мережі на ринках із продажу споживчих товарів у Полтавській області

Об'єкти роздрібної Торгівлі	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2012 р. у % до 2008 р.
Ринки – всього	88	89	88	82	81	88,5
наявність торгових місць	33052	33154	33219	31450	31256	94,6
Криті ринки	18	18	17	19	20	111,1
наявність торгових місць	2503	2487	2476	2513	2733	109,2
Павільйони	631	683	787	811	863	136,8
наявність торгових місць	3449	3452	3483	3566	3711	107,6
Криті та відкриті столи, місць	11580	11895	12150	12300	12565	108,5
Магазини, у тому числі:	2134	2082	1867	1790	1711	80,2
продовольчі	1241	1170	940	865	790	63,6
непродовольчі	893	912	927	925	921	103,1
Торгова площа магазинів, тис.м^2	237,8	268,5	254,0	243,0	212,8	89,5
Кіоски (контейнери тощо)	8039	8007	7903	8104	8315	103,4
Лотки (палатки)	5543	5374	5208	5338	5624	101,5
Місця для торгівлі з транспортних засобів	1405	1358	1342	1295	1244	88,5

Джерело: розраховано за даними [308-312]

У Полтаві наявний один великий ринок – «Центральний» та майже в кожному мікрорайоні є невеликі ринки: «Київський», «Алмазний», «Великотирнівський», «Половки», «Павленківський», «Юрівка», «Мотель», «Левада» та інші. У Кременчуці налічується близько 12 продуктових ринків, найбільш популярними з них є Придніпровський, Новоіванівський та Центральний ринок. Із загальної кількості, 14 належали фізичним особам-підприємцям. На ринках було 31,3 тис. торгових місць, порівняно з 2014 р. їхня кількість зменшилася на 5,4 %. Найбільша частка торгових місць зосереджена на критих та відкритих столах, у кіосках (контейнерах).

Тому, ефективному продажу плодоовочевої продукції у досліджуваному регіоні сприятиме, розширення мережі критих ринків, які дозволять реалізовувати овочі та фрукти за будь-яких погодних умов. З метою

прискорення процесу реалізації плодоовочевої продукції та доведення до споживача зі збереженням її високої якості, сільськогосподарським підприємствам необхідно мати у розпорядженні транспортні засоби для постачання власної продукції до великих міст та магазинів.

Ще одним елементом ринкової інфраструктури Полтавської області є наявність та розвиток мережі об'єктів ресторанного господарства (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Динаміка підприємств ресторанного господарства у Полтавській області

Підприємства	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	Відхилення (+/-) 2014 р. від 2010 р.	
						од.	%
Об'єкти ресторанного господарства:	128	125	123	103	101	-27	-21,1
ресторани	14	15	13	16	18	4	+28,6
кафе	80	75	82	64	60	-20	-25,0
бари	18	15	13	10	12	-6	-33,3
їдальні та заклади постачання готової їжі	16	20	15	13	11	-5	-31,3
Кількість місць на об'єктах ресторанного господарства, тис. од.	43,6	42,2	41,9	39,8	38,4	-5,2	-11,9

Джерело: розраховано за даними [308-312]

Так, за досліджуваний період, спостерігається тенденція до зростання кількості ресторанів на 4 од. або 28,6 %. При цьому значно зменшилася чисельність кафе – на 20 од. (25,0 %), барів – на 6 од. (33,3 %), їдалень – на 5 од. (31,3 %). Загальна чисельність об'єктів ресторанного господарства за зменшилася на 27 од. (21,1 %), що супроводжувалося зменшенням кількості місць на 5,2 тис.од. (11,9 %). На Полтавщині на кінець 2014 рр. діяло 221 підприємство роздрібної торгівлі з продажу продовольчих товарів та 101 – підприємство ресторанного господарства.

Аналізуючи канали роздрібного продажу овочів та фруктів, виявлено, що різні категорії населення (виходячи, насамперед, із рівня доходів) обирають різні місця для їх придбання. Практика стверджує, що найвищі ціни на плодоовочеву продукцію формуються у супермаркетах та продуктових магазинах, середні – у торговельно-сервісних комплексах та палатках, кіосках,

а найбільш низькі – на міських, придорожніх та стихійних ринках та у виробників, що реалізують власну продукцію безпосередньо з поля. Результати проведеного нами у цьому напрямку дослідження (опитування мешканців Полтавщини) наведені у таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Результати опитувань населення Полтавської області щодо споживання ними овочів та фруктів

Запитання	Варіанти відповідей	Кількість респондентів, осіб			Структура, %		
		чоловіки	жінки	у цілому	чоловіки	жінки	у цілому
Де Ви зазвичай купуєте овочі та фрукти?	на ринку	5	51	56	3,0	34,0	37,0
	у торговій мережі	18	24	42	12,0	16,0	28,0
	у невеликому магазині	5	20	24	3,0	13,0	16,0
	вирощую сам	11	18	29	7,0	12,0	19,0
Ви віддаєте перевагу продукції:	відомих виробників	5	14	18	3,0	9,0	12,0
	власних товарних марок продуктових мереж	6	21	27	4,0	14,0	18,0
	яку купуєте тривалий час	11	59	69	7,0	39,0	46,0
	у найближчому магазині	17	20	36	11,0	13,0	24,0
Чи задовольняє Вас якість овочів та фруктів на ринку?	так	18	15	33	12,0	10,0	22,0
	ні	20	98	117	13,0	65,0	78,0
Чи готові Ви сплачувати вищу ціну (ніж ринкова) при купівлі продукції у торговій мережі:	гарантованої якості	14	50	63	9,0	33,0	42,0
	помитої	5	17	21	3,0	11,0	14,0
	відсортованої та відкаліброваної	6	15	21	4,0	10,0	14,0
	упакованої	14	32	45	9,0	21,0	30,0
Якій упаковці надаєте перевагу при купівлі овочів та фруктів?	запакованій поштучно	5	30	35	3,0	20,0	23,0
	сітки 0,5-1 кг	11	45	56	7,0	30,0	37,0
	пластикова упаковка 0,5-2кг	9	23	32	6,0	15,0	21,0
	картонні ящики 5-10 кг	14	15	29	9,0	10,0	19,0

Джерело: власні дослідження

Враховуючи більш широкі можливості вибору тих чи інших видів овочів та фруктів на продовольчих ринках, а також низький рівень доходів населення регіону, 37,0 % усіх опитаних нами споживачів купують їх саме там. Можливість придбання на ринку більш дешевої продукції пояснює перевищення частини жінок над чоловіками.

Споживачі з вищими рівнями доходів віддають перевагу супермаркетам, де їх якість вище, а асортимент ширше, ніж у звичайних магазинах. У ході дослідження виявлено, що 52,0 % покупців супермаркетів зазначили, що основним регулярним місцем купівлі плодоовочевої продукції поза сезоном вирощування (протягом листопада-травня) є плодоовочеві секції торгових мереж і лише 23,0 % купують овочі і фрукти в цей час на ринках. Зворотна тенденція спостерігається у сезон масового вирощування – 55,0 % опитаних регулярно купують овочі та фрукти на ринках і лише 16,0 % – у місцевих продуктових мережах. Крім того, 16,0 % опитаних вказали на спеціалізовані плодоовочеві магазини та кіоски як основне місце купівлі овочевої продукції поза сезоном її виробництва

При цьому, 78,0 % опитаних, відзначають незадоволеність якістю пропонованої на ринку продукції. Вимоги, які споживачі висувають до плодоовочевої продукції, залежать від конкретного її виду: зокрема, переважна більшість споживачів – 62,0 % зазначають, що готові сплачувати вищу ціну ніж на споживчому ринку за продукцію гарантованої якості – 42,0 %, помитої та відсортованої – по 14,0 %. Слід відмітити, що 30,0 % опитаних бажають купувати упаковану плодоовочеву продукцію: 37,0 % – у сітках, 23,0 % – по штучно, 21,0 % – у пластиковій упаковці, 19,0 % – у картонних ящиках.

Саме тому, на плодоовочевому ринку нашого регіону значну роль повинні відігравати супермаркети (особливо ті, що мають власну торговельну марку). В асортименті їх товарів доцільно акцентувати увагу на найбільш популярних етнічних продуктах кожного окремого регіону.

Загалом у області представлені декілька загальнонаціональних та місцевих продуктових мереж: «Метро», «АТБ-маркет», Сільпо, Полагросервіс, «Фуршет» «Ко-ко», «Еко-маркет», «Наш край», «Рідне село», «Велика кишеня», «Сударь», «Оптовичок», «Billa», які пропонують споживачам власні товарні марки (табл. 3.9). Найбільшу кількість власних торговельних марок має мережа «АТБ». Слід зазначити, що власні торгові марки, їх структура та стратегія просування мають індивідуальні особливості в кожній із торговельних

мереж, провідні торговельні мережі мають певний портфель private label, який диференційований за цінами, товарними групами, призначенням тощо.

Таблиця 3.9

Портфель власних товарних марок провідних українських продуктових торговельних мереж на ринку Полтавської області

Компанія	Торговельні мережі	Власні товарні марки	Продукти	Кількість Магазинів
ТОВ «АТБ-маркет»	«АТБ»	«Добрий кухар» «Добросол», «Весела ферма», «Про запас», «Bon Vie», «Добра марка», «Senior», «Sladko», «Sunny»	крабові палички, пресерви, консерви (у т.ч. плодоовочеві), крупи, снеки (150 найменувань)	49: Полтава (21), Кременчук (17), Комсомольськ (4), Лубни, Гадяч, Пирятин, Хорол, Карлівка, Кобеляк
ТОВ «ЕКО»	«ЕКО-маркет»	«3 ланки до банки»	плодово-овочева консервація	9: Полтава (7), Кременчук (2)
«Fozzy Group»	«Сільпо», «Фора», «Фоззі»,«Бум-маркет», «Дніпрянка»	«Повна Чаша», «Премія»	олія, бакалія, молоко, крупи, макарони, консерви (у т.ч. плодоовочеві), плавлені сирки, сир,	5: Полтава (2) Кременчук (2), (Комсомольськ, Миргород.
ЗАТ «Фуршет»	«Фуршет»	«Фуршет»	консервація, масло, борошно, крупи, цукор, шоколад, соки, вода, пресерви	4: Полтава, Миргород, Кременчук, Лубни
«Metro Cash & Carry Украина»	«Metro»	«Aro», «Fine Food», «Sigma», «Rioba», «H-Line», «Horeca Select», «Fine Dreaming»	овочі, фрукти, заморожені продукти, бакалія, рослинна олія, плодово-овочева консервація	2: Полтава, Кременчук
ТОВ «Фуд маркет»	«Велика Кишеня», «Просто маркет»	«Хіт Продукт», «№1», «Щедрое застолье»	крупи, цукор, яйця, олія, консерви, мінеральна вода (450 наймен.)	2: Полтава, Кременчук
«Билла-Украина»	«Billa»	«Clever»	крупи, макарони, рибні консерви, плавлені сирки, ковбасний сир, вівсяне печиво	1: Кременчук
«Volwest Group»	«Наш Край», «Край-експрес»	«Наш Край»	рослинна олія, бакалія, молокопродукти, снеки	1: Кременчук

Джерело: власні дослідження

Споживачами плодоовочевої продукції власних торгових марок у Полтавській області (табл. 3.10) є люди із середнім доходом (для населення з низьким рівнем доходів це дорогі продукти) і віком від 25 до 55 років (при цьому 84 % групи складають жінки).

Таблиця 3.10

Споживачі плодоовочевої продукції ВТМ (Private label)

Споживачі	Характеристики
1.Випадкові покупці:	не надають особливого значення вартості і не замислюються про якість товарів, які планують придбати.
2.Покупці брендів:	мають низьку чутливість до ціни, але серйозно відносяться до питання якісних відмінностей між ВТМ і брендами виробників. Більшість рішень приймають на користь брендів.
3. Покупці ВТМ:	дуже чутливі до ціни, вбачають невелику різницю в якості орендованих товарів і товарів ВТМ, обирають останні.
4.Змішаний тип:	надають значення ціні, вбачають величезну різницю в якості орендованих товарів і товарів ВТМ.

Джерело: власні дослідження

Основні зусилля з просування ретейлери направляють на на першу і останню групи (активні покупці ВТМ віддають перевагу і без додаткових зусиль з боку мережі, а активні покупці брендових товарів не готові змінювати свої вподобання). Заслуговує на увагу досвід виробництва та успішної реалізації переробленої плодоовочевої продукції Пирятинським консервним заводом на замовлення мережі супермаркетів «Фуршет». Всупереч негативним прогнозам експертів щодо перспектив появи та розвитку Private Label у секторі плодоовочевих продуктів, активний пошук торговими мережами виробників для PL став однією зі знаменних тенденцій міжсезоння [314].

Досить популярними в області є фрешмаркети «Бруснічка», які представляють новий формат торгівлі, позиціонують себе як магазин свіжих та якісних продуктів та пропонують широкий асортимент якісних овочів та фруктів переважно вітчизняного виробництва. Зростає також зацікавленість споживачів до інтернет-магазинів натуральних продуктів харчування та органічних овочів та фруктів.

Отже, аграрним виробникам доцільно розширювати реалізацію овочів та фруктів через мережі супермаркетів, фірмові магазини, переробні підприємства та систему громадського харчування.

Тому невипадково, що за досліджуваний період зростають обсяги реалізованої плодоовочевої продукції саме через роздрібну торговельну

мережу. Для даного напрямку характерним є те, що він охоплює продаж як свіжої, так і переробленої продукції. Інформація про динаміку розмірів роздрібного товарообігу плодоовочевої продукції наведена у таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

Основні показники розвитку роздрібної торгівлі плодоовочевою продукцією та продуктами її переробки у Полтавській області

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Підприємства, що здійснюють роздрібну торгівлю продовольчими товарами, од.	231	221	207	200	210
Підприємства ресторанного господарства,од	228	225	223	203	201
Роздрібний товарооборот торгової мережі: а) у млн. грн.					
- овочі	24,6	27,7	42,4	56,4	62,5
- плоди, ягоди, виноград, кавун, диня	48,7	52,7	69,9	91,5	117,1
- консерви овочеві	-	-	24,5	30,3	33,9
- консерви фруктово-ягідні	7,9	7,1	7,2	8,2	9,1
б) у % до загального товарообороту продовольчих товарів					
- овочі	0,4	0,5	0,6	0,6	0,6
- плоди, ягоди, виноград, кавун, диня	0,7	0,9	1,0	1,0	1,1
- консерви овочеві	-	-	0,3	0,3	0,3
- консерви фруктово-ягідні	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Індекс фізичного обсягу товарної структури роздрібного товарообороту підприємств у торговій мережі, %					
- овочі	113,0	87,7	99,1	112,2	121,4
- плоди, ягоди, виноград, кавун, диня	154,7	202,9	165,0	175,7	194,1
- консерви овочеві	135,5	108,0	135,7	124,6	146,7
- консерви фруктово-ягідні	159,9	83,3	112,5	107,9	107,7
Частка вітчизняних товарів у товарообороті торгової мережі, %:					
- овочі	93,5	93,7	93,1	88,1	82,5
- плоди, ягоди, виноград, кавун, диня	69,1	64,0	58,9	48,8	46,4
- консерви овочеві	82,7	83,4	-	-	80,7
- консерви фруктово-ягідні	77,1	70,2	-	-	47,2
Товарні запаси продукції, у днях продажу					
- овочі	17	8	9	13	14
- плоди, ягоди, виноград, кавун, диня	10	4	9	8	6
- консерви овочеві	39	32	44	38	42
- консерви фруктово-ягідні	49	41	55	61	52
Середня ціна реалізації, кг/грн. (ум. б./грн.)					
- овочі	2,1	2,8	5,0	4,7	4,8
- плоди, ягоди, виноград, кавун, диня	3,3	4,7	3,2	4,1	4,5
- консерви овочеві	7,3	7,1	6,9	7,5	7,2
- консерви фруктово-ягідні	7,9	8,5	7,6	6,9	8,1

Джерело: розраховано за даними [292-296, 308-312]

Аналізуючи, дані таблиці 3.11, можна зробити висновок, про зростання обсягів реалізації як свіжих овочів та фруктів, так і продуктів їх переробки через роздрібну торгівельну мережу. Так, за досліджуваний період, товарообіг овочевої продукції збільшився на 37,9 млн. грн. (2,4 рази), плодово-ягідної – на 68,4 млн. грн. (1,4 рази), овочевих консерв – на 9,4 млн. грн. (38,4 %), фруктово-ягідних консерв – на 1,2 млн. грн. (15,2 %). Ціна реалізації 1 кг овочів підвищилася більше ніж у 2 рази. По групі плодово-ягідних культур та консервах за аналізований період відбулися аналогічні зміни.

Позитивним моментом є те, що основна частина товарообігу овочів, фруктів та продуктів їх перероблення формувалась вітчизняними підприємствами роздрібної торгівлі та ресторанного господарства. Негативними ознаками реалізації овочевих та фруктово-ягідних консерв через роздрібну мережу є накопичення товарних запасів (за свіжими овочами та фруктами – спостерігається позитивна динаміка, а саме зменшення обсягів запасів). Основними проблеми, що стримують реалізацію плодоовочевої продукції через роздрібні мережі, є неритмічність поставок (а саме, нестача місцевих постачальників з широким асортиментом), нестача складських приміщень, псування продукції, проблеми з пакуванням, невигідне розташування магазину, неконкурентний рівень цін порівняно з ринками, недостатня кваліфікація персоналу

Підвищенню ефективності роздрібної торгівлі плодоовочевою продукцією, на нашу думку, сприятимуть:

- проведення регулярних навчань персоналу плодоовочевих відділів (ознайомлення працівників із правилами поводження з плодоовочевою продукцією та основними прийомами роботи з клієнтами);
- розширення асортименту та формування пропозиції продукції в різних цінових сегментах (економ, середнього і преміум-класу), а також різних видах упаковки;
- забезпечення високого рівня якості продукції за розумною ціною.

Розвитку оптової торгівлі повинно сприяти створення нових інфраструктурних об'єднань, яка стануть сполучною ланкою між виробниками та роздрібною мережею. Саме вона має забезпечити закупівлю великих партій плодоовочевої продукції у широкому асортименті, її транспортування й зберігання за допомоги спеціалізованого обладнання.

Аналізуючи показники оптової торгівлі продукції плодоовочевого підкомплексу Полтавської області, слід відмітити, що її розвиток проходив у розрізі продукції плодоовочевих груп: овочів та фруктів, консервів, соків тощо (табл. 3.12).

Таблиця 3.12

Основні показники розвитку оптової торгівлі фруктовими і овочевими соками та овочевими консервами у Полтавській області за 2010 – 2014 рр.

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Підприємства, що здійснюють оптову торгівлю продовольчими товарами, од.	239	289	313	347	302
Оптовий товарообіг, млн. грн.:	24,1	7,1	13,1	17,8	18,2
- соки фруктові та овочеві					
- овочі консервовані	11,0	12,8	9,4	8,8	9,3
Частка у загальному товарообігу продовольчих товарів, %:	1,2	0,4	0,6	0,7	0,8
- соки фруктові та овочеві					
- овочі консервовані	0,6	0,5	0,4	0,4	0,7
Частка вітчизняних товарів у загальному товарообігу, %:	91,4	91,6	94,0	96,3	96,5
- соки фруктові та овочеві					
- овочі консервовані	96,2	94,2	97,9	96,8	98,4
Товарні запаси продукції, дні продажу:	124	85	17	13	24
- соки фруктові та овочеві					
- овочі консервовані	18	27	16	22	15
Частка товарних запасів у загальному обсязі усіх продовольчих товарів, %:	1,5	1,2	1,1	1,3	1,7
- соки фруктові та овочеві					
- овочі консервовані	0,8	1,4	5,3	5,9	7,6
Середня оптова ціна 1 т, тис. грн.:	5,9	5,4	4,8	4,6	5,1
- соки фруктові та овочеві					
- овочі консервовані	4,9	4,5	4,6	4,5	4,6

Джерело: розраховано за даними [208. 209, 228, 229, 292-296]

За даними табл. 3.12 у 2010 – 2014 рр., кількість регіональних підприємств, що займалися оптовою торгівлею продовольчими товарами зросла

(на 63 од., або 26,4 %). Проте, обсяги оптового товарообороту мають негативну динаміку, так, об'єми реалізації товарів плодоовочевої групи зменшилися як у натуральному, так і у вартісному вираженні. Зокрема, обсяги реалізації овочевих та фруктових соків зменшилися на 6,3 млн. грн. (26,1 %), консервованих овочів на 2,2 млн. грн. (20,0 %).

Враховуючи це, українським виробникам плодоовочів необхідно налагодити власну, ефективну систему оптової торгівлі на основі об'єднання господарств у збутові кооперативи, що дозволить їм залишити у себе значну частку (до 60-70 %) оптової націнки та знизити ціну реалізації продукції. Наслідком слідування запропонованим заходам, стане зростання рівня товарності, конкурентоспроможності та отримання додаткового прибутку.

Оскільки, у сучасних умовах підприємства відчувають брак фінансових ресурсів, одним з перспективних напрямів збуту може стати дистрибуція – форма реалізації, при якій дистриб'ютор (компанія) здійснює оптову закупку продукції у великих підприємств-виробників та її збут на локальних ринках. Реалізація плодоовочевої продукції за такою схемою має ряд переваг: скорочення витрати на оренду оптової бази (складів) у межах міста; зростання обсягу продажу продукції.

Розширення мережі інфраструктурних об'єктів Полтавської області дозволить:

- найбільш повно задовольнити інтереси сільськогосподарських товаровиробників у реалізації плодоовочевої продукції, знаходити ніші ринку з обліком внутрішньогосподарської і міжгосподарської спеціалізації;

- одержувати не тільки економію витрат, але і прибуток при проведенні маркетингових та інших заходів, результати яких мають комплексний ефект для товаровиробників аграрного сектора;

- оперативно задовольняти запити оптових і роздрібних торговельних підприємств, пропонуючи різноманітний асортимент продукції;

- забезпечувати альтернативність і багатоваріантність товаропотоків у пошуку оптимальних схем, що буде сприяти досягненню максимального прибутку партнерами;

- формувати багатоканальність джерел доходів для діяльності центрів;

- удосконалювати виробничу структуру за допомогою керування потоками інвестицій, забезпечуючи тим самим збалансованість розвитку сільськогосподарського і підсобного виробництв.

Проаналізувавши розвиток основних елементів інфраструктури аграрного ринку Полтавської області, можна стверджувати, що вони проходять процес подальшого становлення, а існуюча мережа інфраструктурних формувань за обсягами надання послуг не задовольняє зростаючих потреб виробників і покупців (споживачів) продукції. Деякі з них почали відроджуватися в останні роки (товарні біржі, сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи). Однак, розвиток інфраструктури біржового ринку регіону свідчить про порушення взаємозв’язків між його учасниками.

На товарних біржах регіону укладаються угоди лише з реальним товаром на спотових умовах (інколи на форвардних); відсутність відповідним чином облаштованих і доступних для товаровиробників регіональних оптових ринків плодоовочевої продукції, (картоплі, овочів, фруктів тощо); функціонування значної кількості суб’єктів заготівлі продукції (на кінець 2014 р. – 1043 заготівельних пункти), які формують багаторівневі тіньові канали збуту дрібних партій, збільшуючи при цьому кінцеву ціну реалізації; відсутність кооперативних центрів оптового збуту продукції; неефективність діяльності агроторгових домів, які у переважній більшості є дрібнооптовими посередниками, а не елементами раціоналізації каналів просування продукції від товаровиробників до споживача. Досить часто, брокерські контори, транспортні, інформаційні та інші обслуговуючі структури, які співпрацюють із біржами не виконують належні їм функції у повному обсязі. Паралельно з біржовим ринком наявного товару слід вести активну підготовку до створення та розвитку ф’ючерсної торгівлі. Використання ф’ючерсних біржових

технологій дасть змогу послабити залежність доходів господарств від коливання цін на сільськогосподарську продукцію. Для збільшення обсягів торгівлі на товарних біржах необхідно налагодити взаємодію усіх елементів інфраструктури аграрного ринку області, поєднати у цілісний механізм аграрне виробництво, аграрні біржі, банки, страхові компанії тощо.

В останні роки спостерігається активний розвиток сільськогосподарської обслуговуючої кооперації. Зростає чисельність сільськогосподарських товаровиробників (фермерів, великих агропідприємств різних форм власності та господарювання, власників особистих господарств), які беруть участь у створенні й діяльності обслуговуючих кооперативів або мають наміри вступити до таких формувань. Оскільки, створення і функціонування такого кооперативу здебільшого не потребує великих матеріальних витрат (члени надають лише невеликі пайові внески). Разом з тим, недостатній розвиток аграрної кооперації більшості регіонів свідчить, що сільськогосподарські товаровиробники не використовують наявних можливостей для реалізації індивідуальних інтересів через спільні дії. Вони дають змогу виробникам одержувати прибуток від додаткової вартості на стадіях подальшого руху виробленої ними продукції, передусім переробки, та на засадах менеджменту конкурувати з іншими економічними суб'єктами на ринку.

Особливої уваги потребує найменш розвинена комунікаційна (транспортна, телефонна, радіотелефонна, телевізійна і комп’ютерна системи) та інформаційна складова інфраструктури, які забезпечують підприємницьку діяльність розосереджених у просторі сільськогосподарських підприємств та індивідуальних товаровиробників. Цивілізований розвиток аграрного ринку неможливий без вирішення проблем своєчасного транспортування продукції до місць її зберігання, пакування, тарування, перероблення і споживання. Будівництво доріг для переміщення величезних товарних потоків сільськогосподарської продукції, як і розвиток телефонної, радіотелефонної, телевізійної систем зв’язку в сільській місцевості потребують реальної державної підтримки.

Недостатній рівень розвитку інфраструктури плодоовочевого ринку вимагає усунення існуючих суперечностей, з метою подальшого виконання таких основних її функцій: організація оптової і роздрібної торгівлі; товарна доробка продукції; транспортування і зберігання продукції; кредитування і страхування; інформаційне і консалтингове обслуговування; інвестиційне забезпечення товарообороту; формування конкурентного середовища; контроль якості і засобів виробництва для аграрного сектора.

Слід зазначити, що зацікавленість у розбудові інфраструктури і максимальний ефект від її функціонування може бути досягнутий лише в тому випадку, коли всі учасники ринку (від вирощування овочів (плодів та ягід) до реалізації плодоовочевої продукції) працюватимуть на кінцевий результат. Тому доцільним, на нашу думку, є розширення мережі інфраструктурних об’єктів, насамперед обслуговуючих кооперативів, розподільчих логістичних центрів, оптових та оптово-роздрібних продовольчих ринків, центрів інформаційно-консультаційного забезпечення, фінансово-кредитних і страхових установ, а також їх доступності для зростаючої кількості сільськогосподарських варовиробників. А це досягається саме в інтегрованих формуваннях, оскільки взаємна координація виробничої та торговельної діяльності дозволяє взаємодіючим сторонам завчасно погоджувати ринкові ціни, організувати їх ритмічну доставку, а також забезпечувати безперервність виробництва і реалізації, зниження транспортних витрат, регулярність грошових взаєморозрахунків, тому організація таких формувань є одним із напрямів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на ринку плодоовочевої продукції.

3.2. Оптимізація товарної структури продукції овочівництва за їх попитом у ґрунтово-кліматичних районах Полтавської області

Полтавській області належить одне із провідних місць у розвитку плодоовочівництва Центральної частини України, де зосереджений багаторічний досвід та традиції. Щороку, завдяки овочівникам та садівникам Полтавщини валові збори овочів, плодів та ягід Лісостепової зони поповнюються на 10-18 %. Овочівництво і садівництво завжди були традиційними галузями Полтавської області. Їх розвиток заснований, перш за все, на сприятливих ґрунтово-кліматичних умовах та значних потребах населення регіону у цінних продовольчих продуктах, а переробної промисловості – у сировині.

Проте, на території Полтавської області спостерігаються значні міжрайонні відмінності у розвитку сільського господарства, зумовлені природними та економічними факторами, які необхідно враховувати у практиці виробництва. Вони обумовлені, перш за все, відмінностями земельних та агрокліматичних ресурсів, природних умов у різних частинах області. Відмінності у спеціалізації сільськогосподарського виробництва області визначають також економічні і соціальні чинники. Це передусім потреби населення та окремих галузей продовольчого підкомплексу у сільськогосподарській продукції, географічне розміщення переробних підприємств, забезпеченість території трудовими ресурсами та кваліфікованою робочою силою, наявність розвинутих транспортних шляхів.

На територіальне розміщення плодоовочевого виробництва у Полтавській області впливають особливості інвестиційного і матеріально-технічного забезпечення, рівень розвитку відносин власності та розміщення ринкової інфраструктури.

Овочівництво є однією з найбільш трудомістких галузей, яка безпосередньо підпорядкована раціональному розміщенню продуктивних сил і зональній спеціалізації. Саме сприятливі зональні економічні та ґрунтово-

кліматичні умови дозволяють визначити спеціалізацію конкретних регіонів по тих видах продукції, які сприятимуть підвищенню ефективності розвитку агропромислового під комплексу області. Адже, основною передумовою ефективного відродження та функціонування плодоовочевого ринку, на нашу думку, є зональна спеціалізація.

На Полтавщині існують певні територіальні відмінності в спеціалізації та рівнях розвитку сільського господарства, які необхідно враховувати у практиці виробництва. Аналіз сучасного стану галузі порушив питання, щодо необхідності розв'язання проблем ефективного розміщення плодоовочівництва та визначення напрямів його розвитку в окремих регіонах. З цією метою доцільно виділити на території області ґрунтово-кліматичні райони.

У сучасній науковій практиці критеріями виділення ґрунтово-кліматичних районів виступають спорідненість господарств (територій) в географічному положенні і природних умовах, близькість структури, рівнів спеціалізації та інтенсивності виробництва.

Важливими показниками, що враховуються при районуванні, є також структура посівів, кількість та структура умовного поголів'я худоби, собівартість продукції, грошові доходи, врожайність сільськогосподарських культур та продуктивність худоби. Ці критерії, у тому числі індекси спеціалізації, дали можливість виявити в області певні типи територіальних поєднань з виробництва тієї чи іншої продукції сільського господарства.

Відповідно до природно-географічних умов, зональні території Полтавської області мають свою спеціалізацію на аграрному ринку. Тому пропонуємо їх згрупувати у наступні ґрунтово-кліматичні райони. Належність адміністративних районів Полтавської області до певного ґрунтово-кліматичного району наведено у таблиці 3.13.

Від так, до першого ґрунтово-кліматичного району відносимо Північно-Лісостеповий район, який формують: Гребінківський, Пирятинський, Чорнухинський, Лохвицький, Лубенський і Оржицький адміністративні райони (рис. 3.1).

Таблиця 3.13

Групування адміністративних районів за ґрунтово-кліматичними умовами вирощування овочів у Полтавській області

ґрунтово-кліматичні райони	Адміністративні райони
Північно-Лісостеповий район	Гребінківський, Пирятинський, Чорнухинський, Лохвицький, Лубенський, Оржицький
Центрально-Лісостеповий район	Гадяцький, Зіньківський, Великобагачанський, Миргородський, Шишацький, Семенівський, Хорольський,
Південно-Лісостеповий район	Котелевський, Диканський, Чутівський, Решетилівський, Полтавський, Карлівський, Машівський
Південно-Степовий район	Глобинський, Козельщинський, Новосанжарський, Кременчуцький, Кобеляцький

Джерело: власні спостереження

У районі переважає зернове господарство, м'ясо-молочне скотарство, буряківництво, з розвинутим картоплярством.

Рис. 3.1. Північно-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район

У другому ґрунтово-кліматичному районі розміщуються землі Центрально-Лісостепового сільськогосподарського району (Гадяцький, Зіньківський, Великобагачанський, Миргородський, Шишацький,

Семенівський, Хорольський адміністративні райони області) – зерновиробництво (в окремих районах вирощування соняшнику), буряківництво, м'ясо-молочне скотарство розвинене овочівництво (вирощування капусти, цибулі на ріпку, буряку столового).

Рис. 3.2. Центрально-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район

Південно-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район формують Котелевський, Диканський, Чутівський, Решетилівський, Полтавський, Карлівський, Машівський адміністративні райони. Тут переважає зернове господарство, з розвиненим м'ясо-молочним скотарством, свинарством, вівчарством, овочівництвом (вирощування капусти, моркви, огірків, моркви), буряківництвом і виробництвом соняшнику.

Південно-Степовий ґрунтово-кліматичний район (Глобинський, Козельщинський, Новосанжарський, Кременчуцький, Кобеляцький адміністративні райони). Характеризується розвиненим плодоовочівництвом (вирощуванням помідорів, огірків, плодів та ягід), картоплярство, з розвинутим молочним скотарством і птахівництвом (рис. 3.4).

Рис. 3.3. Південно-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район

Відтак, розміщення посівних площ овочевих культур та площ плодово-ягідних насаджень по адміністративним районам повинно відбуватися з урахуванням їх природно-кліматичних умов, забезпеченості матеріально-технічними й трудовими ресурсами, а також спеціалізації.

Рис. 3.4. Південно-Степовий ґрунтово-кліматичний район

Передусім, слід зазначити, що ефективність виробництва та розміщення овочів та фруктів є досить складною категорією, що формується критеріями і показниками, що характерні як для всіх галузей сільськогосподарського виробництва. Такі особливості плодоовочевої галузі зумовлені, по-перше, використанням головного засобу виробництва – земельних ресурсів, по-друге, тим фактом, що робочий період не збігається з періодами виробництва плодоовочевої продукції, що спричиняє його сезонність, і, по-третє, територіальним розміщенням підприємств за регіонами, що визначає пошук шляхів підвищення рівня продуктивності галузі [247, с. 108]. Перша зі згадуваних особливостей передбачає застосування таких технологій та способів організації виробництва, які, враховуючи природні умови, сприяли б комплексному підвищенню ефективності виробництва плодоовочевої продукції. Друга особливість зумовлює необхідність поєднання культур, у яких не збігається робочий період, зменшує сезонність, підвищує ефективність використання трудових ресурсів і засобів виробництва. Адже вирощування овочів потребує затрат праці на 1 ц у 10 разів більше, ніж вирощування цукрових буряків та в чотири рази більше, ніж вирощування зернових. Процес вирощування зернових культур складається з 18-20 операцій, а вирощування овочів – з 40-50 [248]. Третя особливість безпосередньо пов'язана із визначенням рентабельності виробництва, з вирішенням завдань щодо зниження собівартості та ін. У науковій літературі зустрічаються різні погляди щодо вибору критеріїв та показників ефективності плодоовочевого виробництва. Труднощі зумовлюються, передусім, значною кількістю показників та їх відмінністю.

Водночас, проблему підвищення ефективності виробництва плодоовочів необхідно розглядати як на рівні галузі в цілому, так і окремих суб’єктів господарювання. Тому, фактор природних умов має особливо суттєве значення для ефективного ведення плодоовочівництва. При оптимізації структури посівних площ необхідно також враховувати можливість вдалого поєднання культур та розміщення їх в сівозміні у конкретному регіоні. Крім того, при

визначенні підходів оптимізації структури виробництва овочевих культур слід враховувати як загальноекономічну ситуацію в країні, так і положення у агропромисловому під комплексі регіону.

Поділ адміністративних районів Полтавської області та їх відношення до певної сільськогосподарської зони та загальні обсяги вирощування овочів у 2010 – 2014 рр. представлені у таблиці 3.14.

Таблиця 3.14

Групування адміністративних районів за ґрунтово-кліматичними умовами вирощування овочів у Полтавській області у 2010 – 2014 рр.

Ґрунтово-кліматичний район	Адміністративний район	Обяги вирощування овочів, тис. ц					2014 р. (+/-) до 2010 р.
		2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014р.	
Північно-Лісостеповий	Гребінківський	8,0	7,0	6,0	6,0	6,0	75,0
	Лохвицький	13,0	30,0	14,0	18,0	32,0	246,2
	Лубенський	165,0	468,0	229,0	112,0	144,0	87,3
	Оржицький	8,0	128,0	17,0	20,0	19,0	237,5
	Пирятинський	1255,0	2021,0	2075,0	2387,0	2225,0	177,3
	Чорнухинський	11,0	55,0	34,0	13,0	15,0	136,4
Всього		1460,0	2709,0	2375,0	2556,0	2441,0	167,2
Центрально-Лісостеповий	В-багачанський	73,0	309,0	488,0	570,0	571,0	782,2
	Гадяцький	55,0	23,0	501,0	12,0	25,0	45,5
	Зіньківський	155,0	323,0	58,0	116,0	145,0	93,5
	Миргородський	147,0	1591,0	2060,0	2040,0	2605,0	1772,1
	Семенівський	195,0	287,0	169,0	225,0	352,0	180,5
	Хорольський	71,0	101,0	66,0	287,0	704,0	991,5
	Шишацький	62,0	87,0	34,0	11,0	13,0	21,0
Всього		758,0	2721,0	3376,0	3261,0	4415,0	582,5
Південно-Лісостеповий	Диканський	15,0	301,0	1055,0	3267,0	964,0	6426,7
	Карлівський	31,0	706,0	794,0	568,0	499,0	1609,7
	Котелевський	465,0	197,0	256,0	190,0	260,0	55,9
	Машівський	130,0	85,0	10,0	29,0	151,0	116,2
	Полтавський	311,0	328,0	268,0	58,0	798,0	256,6
	Решетилівський	23,0	40,0	30,0	20,0	41,0	178,3
	Чутівський	36,0	217,0	65,0	2,0	4,0	11,1
Всього		980,0	1168,0	1684,0	3566,0	2218,0	226,3
Південно-Степовий	Глобинський	25,0	241,0	87,0	64,0	163,0	652,0
	Кобеляцький	96,0	158,0	62,0	26,0	31,0	32,3
	Козельщинський	3,0	17,0	23,0	15,0	28,0	933,3
	Кременчуцький	1348,0	1756,0	1204,0	746,0	897,0	66,5
	Новосанжарський	87,0	159,0	38,0	5,0	38,0	43,7
Всього		1559,0	2331,0	1414,0	856,0	1157,0	74,2
	Полтавська область	4788,0	9635,0	9643,0	10807,0	10730,0	224,1

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

Відтак, аналізуючи дані таблиці 3.14 та 3.15 можна стверджувати, що найбільші обсяги виробництва овочевої продукції були зосереджені у Центрально-Лісостеповому районі – 4415,0 тис. ц (41,1 %) на кінець 2014 року; Північно-Лісостеповому – 2225,0 тис. ц (22,7 %) та Південно-Лісостеповому – 2218,0 тис. ц (20,7 %).

Таблиця 3.15

Структура виробництва овочів у розрізі ґрунтово-кліматичних районів Полтавської області у 2010 – 2014 рр.

ґрунтово-кліматичний район	Адміністративний район	Структура виробництва овочів, %					2014 р. (+/-) до 2010 р.
		2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	
Північно-Лісостеповий	Гребінківський	0,17	0,07	0,06	0,06	0,06	-0,11
	Лохвицький	0,27	0,31	0,15	0,17	0,30	0,03
	Лубенський	3,45	4,86	2,37	1,04	1,34	-2,10
	Оржицький	0,17	1,33	0,18	0,19	0,18	0,01
	Пирятинський	26,21	20,98	21,52	22,09	20,74	-5,48
	Чорнухинський	0,23	0,57	0,35	0,12	0,14	-0,09
Всього		30,5	28,1	24,6	23,7	22,7	-7,7
Центрально-Лісостеповий	Великобагачанський	1,52	3,21	5,06	5,27	5,32	3,80
	Гадяцький	1,15	0,24	5,20	0,11	0,23	-0,92
	Зіньківський	3,24	3,35	0,60	1,07	1,35	-1,89
	Миргородський	3,07	16,51	21,36	18,88	24,28	21,21
	Семенівський	4,07	2,98	1,75	2,08	3,28	-0,79
	Хорольський	1,48	1,05	0,68	2,66	6,56	5,08
	Шишацький	1,29	0,90	0,35	0,10	0,12	-1,17
Всього		15,8	28,2	35,0	30,2	41,1	25,3
Південно-Лісостеповий	Диканський	0,31	3,12	10,94	30,23	8,98	8,67
	Карлівський	0,65	7,33	8,23	5,26	4,65	4,00
	Котелевський	9,71	2,04	2,65	1,76	2,42	-7,29
	Машівський	2,72	0,88	0,10	0,27	1,41	-1,31
	Полтавський	6,50	3,40	2,78	0,54	7,44	0,94
	Решетилівський	0,48	0,42	0,31	0,19	0,38	-0,10
	Чутівський	0,75	2,25	0,67	0,02	0,04	-0,71
Всього		20,5	12,1	17,5	33,0	20,7	0,2
Південно-Степовий	Глобинський	0,52	2,50	0,90	0,59	1,52	1,00
	Кобеляцький	2,01	1,64	0,64	0,24	0,29	-1,72
	Козельщинський	0,06	0,18	0,24	0,14	0,26	0,20
	Кременчуцький	28,15	18,23	12,49	6,90	8,36	-19,79
	Новосанжарський	1,82	1,65	0,39	0,05	0,35	-1,46
Всього		32,6	24,2	14,7	7,9	10,8	-21,8
	Полтавська область	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

Ефективність виробництва плодоовочевої продукції значною мірою визначається оптимальністю розміщення їх площ по районах. Раціональне розміщення овочевих та плодово-ягідних культур, визначається природно-ресурсним потенціалом окремо взятого регіону, особливості якого сприяють вирощуванню певного набору культур. Для вирощування овочів та фруктів необхідним є забезпечення комплексу умов природного середовища (кількість опадів, температурний режим, склад та якість ґрунтів тощо), поєднання яких є різним для кожного району.

Дані по районах Полтавської області свідчать про значну диференціацію обсягів виробництва і споживання овочів. Забезпечення пропозиції на ринку овочевої продукції в межах окремих районів значно відрізняється, причому ці відмінності посилюються з роками.

Слід зазначити, що спостерігається така ситуація, коли досить високому рівню споживання овочів в відповідає порівняно невисокий рівень виробництва. Важливе значення при цьому, відіграє дослідження обсягів попиту на різні групи плодоовочевої продукції, а також економічна ефективність їх вирощування у певному регіоні (табл. 3.16).

Таблиця 3.16

Виробництво і потреба за видами овочів у ґрунтово-кліматичних районах Полтавської області (в середньому за 2010 – 2014 рр.), тис. ц

Показники	Капуста	Огірки	Помідори	Буряки столові	Морква столова	Цибуля на ріпку
Виробництво – всього, у т.ч. по районах	898,2	556,8	1024,3	531,9	472,9	403,9
північно-лісостеповий	188,7	117,8	217,2	111,5	95,7	81,1
центрально-лісостеповий	266,1	162,2	297,8	157,2	136,0	131,5
південно-лісостеповий	237,9	148,5	272,3	141,8	137,2	102,6
південно-степовий	205,5	128,2	237,0	121,3	104,1	88,6
Потреба – всього, у т.ч. по районах	1282,7	159,4	2758,6	127,7	127,7	153,3
північно-лісостеповий	280,7	23,5	635,9	18,1	18,1	21,8
центрально-лісостеповий	296,8	29,6	657,5	23,7	23,7	28,4
південно-лісостеповий	354,9	55,5	735,7	43,7	43,7	52,5
південно-степовий	350,4	50,8	729,6	42,2	42,2	50,6

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

Характеристика основних потужностей виробництва овочів Полтавської області у ворізі культур та ґрунтово-кліматичних районів наведена у табл. 3.17.

За виробництвом капусти до складу Північно-лісостепового району (табл. 3.17) входять шість адміністратичвних районів з населенням 213,7 тис. чол. Тут в середньому вироблялося у 2010 – 2014 рр. 188,7 тис. ц капусти, що з розрахунку на одну особу становить 88,3 кг, що перевищує рекомендовану норму у 3 рази. До Центрально-лісостепового району входять сім адміністративних районів з населенням 269,4 тис. чол., де на сьогодні виробляється 266,1 тис. ц капусти, на одну особу – 98,8 кг, що більш ніж у 3,4 рази перевищує необхідний обсяг. До третього Південно-лісостепового району за рівнем виробництва капусти 47,2 кг на одну людину належать сім районів з територією понад 6,4 тис. км^2, на якій проживає 504,4 тис. чол. У регіоні виробляється 237,9 тис. ц капусти, що у 1,6 рази перевищує необхідний обсяг. До четвертого Південно-степового району належать п’ять адміністративних районів з населенням 461,4 тис. чол. Тут виробляється 205,5 тис. ц капусти, на 1 особу – 44,5 кг, або у 1,5 рази вище від норми.

Рівень виробництва огірків на душу населення найвищий у Центрально-Лісостеповому районі, де в середньому за 2010 – 2014 рр. вироблялося 162,2 ц. огірків, шо у 5,5 разів перевищило норму споживання. До друго ринку за рівнем виробництва огірків на душу населення належать шість адміністративних районів Північно-лісостепового ґрунтово-кліматичного району. Тут вироблялось 117,8 тис. ц. огірків, що становить 55,1 кг на душу населення, що майже у 5 разів перевищує потрібний для насичення ринку обсяг. До третьої зони ринку огірків входять сім районів Південно-лісостепового ґрунтово-кліматичного району, де вироблялось 148,5 тис. ц. огірків, а в розрахунку на душу населення – 29,4 кг, або у 2,6 разів вище від норми споживання. Четверта зона виробництва огірків – п’ять районів Південно-степової території, де вирощувалось 128,2 тис. ц. огірків, або 27,2 кг на одну особу при нормі 12 кг. У цілому ж у Полтавській області на одного чоловіка виробляється 38,4 кг огірків, що у 3,5 рази перевищує повну норму.

Таблиця 3.17

Розміри території, густота населення та обсяги виробництва овочів у ґрунтово-кліматичних районах Полтавської області (в середньому за 2010 – 2014 рр.)

ґрунтово-кліматичний район	Кіль-кість районів	Територія, тис. км^2	Чисель-ність населення, тис. чол.	Фонд виробництва		
				всього, тис. ц.	на душу населення, кг	до норми споживан-ня,%
Капуста						
Північно-Лісостеповий	6	5,8	213,7	188,7	88,3	304,5
Центрально-Лісостеповий	7	8,7	269,4	266,1	98,8	340,6
Південно-Лісостеповий	7	6,4	504,4	237,9	47,2	162,6
Південно-Степовий	5	7,5	461,4	205,5	44,5	153,6
Полтавська область	25	28,3	1449,0	898,2	62,0	213,8
Огірки						
Північно-Лісостеповий	6	5,8	213,7	117,8	55,1	501,1
Центрально-Лісостеповий	7	8,7	269,4	162,2	60,2	547,3
Південно-Лісостеповий	7	6,4	504,4	148,5	29,4	267,6
Південно-Степовий	5	7,5	461,4	128,2	27,8	252,6
Полтавська область	25	28,3	1449,0	556,8	38,4	349,3
Помідори						
Північно-Лісостеповий	6	5,8	213,7	217,2	101,6	260,6
Центрально-Лісостеповий	7	8,7	269,4	297,8	110,5	283,4
Південно-Лісостеповий	7	6,4	504,4	272,3	54,0	138,4
Південно-Степовий	5	7,5	461,4	237,0	51,4	131,7
Полтавська область	25	28,3	1449,0	1024,3	70,7	181,3
Буряки столові						
Північно-Лісостеповий	6	5,8	213,7	111,5	52,2	521,8
Центрально-Лісостеповий	7	8,7	269,4	157,2	58,4	583,5
Південно-Лісостеповий	7	6,4	504,4	141,8	28,1	281,1
Південно-Степовий	5	7,5	461,4	121,3	26,3	262,9
Полтавська область	25	28,3	1449,0	531,9	36,7	367,1
Морква столова						
Північно-Лісостеповий	6	5,8	213,7	95,7	44,8	447,8
Центрально-Лісостеповий	7	8,7	269,4	136,0	50,5	504,8
Південно-Лісостеповий	7	6,4	504,4	137,2	27,2	272,0
Південно-Степовий	5	7,5	461,4	104,1	22,6	225,6
Полтавська область	25	28,3	1449,0	472,9	32,6	326,4
Цибуля на ріпку						
Північно-Лісостеповий	6	5,8	213,7	81,1	38,0	379,5
Центрально-Лісостеповий	7	8,7	269,4	131,5	48,8	488,1
Південно-Лісостеповий	7	6,4	504,4	102,6	20,3	203,4
Південно-Степовий	5	7,5	461,4	88,6	19,2	192,0
Полтавська область	25	28,3	1449,0	403,9	27,9	278,7

Джерело: розраховано за даними [208, 209; 224-227]

За виробництвом томатів, то до першої групи (101,6 кг) входить шість районів Північно-лісостепової території, з загальним виробництвом 217,2 тис. ц

томатів, щр у 2,6 рази більше від норми споживання. До другої зони ринку за рівнем виробництва томатів належать сім районів Центрально-лісостепової території, де вироблялось 297,8 тис. ц томатів, що становить 110,5 кг на душу населення, при рекомендованій нормі 39 кг на особу. До третьої зони ринку томатів входять сім районів Південно-лісостепової території, де вироблялось 237,0 тис. ц томатів, а в розрахунку на душу населення – 54,0 кг, або 138,4% норми споживання. Четверта зона виробництва томатів – п'ять районів Південно-степової території, де вирощувалось 237,0 тис. ц томатів, або 51,4 кг на одну особу. У регіоні на особу виробляється 70,7 кг томатів, або 181,3% від норми.

Далі розглянемо ринок моркви по окремих територіях виробництва. Перша – Північно-лісостепова територія – 44,8 кг на чоловіка, а це у 4,5 рази вище від норми (11 кг). Друга – сім районів Центрально-лісостепової території. Даний ґрунтово-кліматичний район найсприятливіший для виробництва коренеплодів. Тут вирощується 136,0 тис. ц. моркви (50,5 кг на душу населення), або 583,5% від норми споживання. Третя зона – з рівнем виробництва моркви 27,2 кг, до якої належать сім районів Південно-лісостепової території, виробляється 137,2 тис. ц моркви, що становить 272,0% від норми споживання. Четверта – з рівнем виробництва 22,6 кг, до якої належать п'ять районів Південно-степової зони, вирощується 104,1 тис. ц моркви. Цей ґрунтово-кліматичний район – один з найсприятливіших для вирощування коренеплодів.

Ринок столових буряків аналогічний ринку моркви. Так, до першої зони належать сім районів Північно-лісостепової території, де вирощується 111,5 тис. ц столових буряків (52,2 кг на одну особу), або у 5,2 рази вище норми споживання. Друга – охоплює сім адміністративних районів Центрально-лісостепової території, тут вирощується 157,2 тис. ц столових буряків, 58,4 кг з розрахунку на одного жителя, або у 5,8 разів вище необхідних обсягів споживання. До складу третьої зони входять сім районів Південно-лісостепової території, вирощується 141,8 тис. ц буряків столових, або 28,1 кг з розрахунку

на душу населення (при рекомендованій нормі 11 кг). Сприятливим для вирощування цієї культури є також четвертий сегмент, де виробляється 121,3 тис. ц буряків (26,3 кг на 1 людину), що у 2,6 рази перевищує наявний попит.

Ринок цибулі-ріпки, дані про який наведені в табл. 3.5, свідчить, що до першої зони належить територія, де середньодушове її виробництво знаходиться на рівні 38,0 кг, або на більше 379,6% від норми споживання. Друга охоплює території, в яких виробляється 48,8 кг цибулі-ріпки на одного жителя (488,1% від норми споживання). До третьої Південно-лісостепової території входять сім районів і вирощується 102,6 тис. ц цибулі-ріпки, 20,3 кг на одну особу, або 203,4% від норми споживання. Четверта зона виробництва цибулі-ріпки налічує п’ять районів Південно-степової території, де вирощується 19,2 кг з розрахунку на душу населення, що майже у 2 рази перевищує норму раціонального споживання.

Дані по адміністративних районах Полтавської області свідчать про значну диференціацію показників виробництва і споживання плодів і овочів. Забезпечення пропозиції на ринку плодоовочевої продукції в межах окремих грунтово-кліматичних районів значно відрізняється, причому ці відхилення посилюються з роками. Спостерігається ситуація, коли найбільш високому рівню споживання овочів та фруктів відповідає порівняно невисокий рівень виробництва

Вирішення цієї проблеми можливо досягти, використавши задачу оптимального розподілу продукції овочівництва по ґрунтово-кліматичним районам області з урахуванням об’ємів виробництва основних видів овочів та мінімально-необхідних об’ємів їх споживання.

Цільовою функцією, на наш погляд, може стати мінімум витрат на споживання овочевої продукції. За змінні прийняті обсяги реалізації продукції для основного споживання:

$X_{ПнЛс \rightarrow Пн\text{-}Лс}$ – реалізація в північно-лісостеповому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у даному регіоні;

$X_{ПнЛс \rightarrow Ц\text{-}Лс}$ – реалізація в північно-лісостеповому грунтово-кліматичному

районі продукції виробленої у центрально-лісостеповому грунтово-кліматичному районі;

$X_{ПнЛс→Пд\text{-}Лс}$ – реалізація в північно-лісостеповому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у південно-лісостеповому грунтово-кліматичному районі;

$X_{ПнЛс→Пд\text{-}С}$ – реалізація в північно-лісостеповому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у південно-степовому грунтово-кліматичному районі;

$X_{ЦЛс→Пн\text{-}Лс}$ – реалізація в центрально-лісостеповому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у північно-лісостеповому грунтово-кліматичному районі;

$X_{ЦЛс→Ц\text{-}Лс}$ – реалізація в центрально-лісостеповому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у даному регіоні;

$X_{ЦЛс→Пд\text{-}Лс}$ – реалізація в центрально-лісостеповому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у південно-лісостеповому грунтово-кліматичному районі;

$X_{ЦЛс→Пд\text{-}С}$ – реалізація в центрально-лісостеповому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у південно-степовому грунтово-кліматичному районі;

$X_{ПдЛс→Пн\text{-}Лс}$ – реалізація в південно-лісостеповому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у даному регіоні;

$X_{ПдЛс→Ц\text{-}Лс}$ – реалізація в південно-лісостеповому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у центрально-лісостеповому грунтово-кліматичному районі;

$X_{ПдЛс→Пд\text{-}Лс}$ – реалізація в південно-лісостеповому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у даному регіоні;

$X_{ПдЛс→Пд\text{-}С}$ – реалізація в південно-лісостеповому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у південно-степовому грунтово-кліматичному районі;

$Х_{ПдС→Пн\text{-}Лс}$ – реалізація в південно-степовому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у даному регіоні;

$Х_{ПдС→Ц\text{-}Лс}$ – реалізація в південно-степовому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у центрально-лісостеповому грунтово-кліматичному районі;

$Х_{ПдС→Пд\text{-}Лс}$ – реалізація в південно-степовому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у південно-лісостеповому грунтово-кліматичному регіоні;

$Х_{ПдС→Пд\text{-}С}$ – реалізація в південно-степовому грунтово-кліматичному районі продукції виробленої у даному регіоні.

Оцінками ланцюга розподілу у транспортній задачі взяті ціни реалізації продукції з урахуванням витрат на транспортування: Сij. Система обмежень враховує планові фонди виробництва Аі та планові фонди споживання Вj.

Цільова функція лінійної задачі – мінімальні витрати на транспортування продукції. Для розв’язання цієї задачі ми застосували такий метод економіко-математичного моделювання як «транспортна задача симплект-методом», розрахунки за цим методом були проведені на ПК в середовищі Excel засобом Поиск решения, результати наведені у додатках АВ – АК.

У результаті проведених розрахунків були отримані дані оптимальних об’ємів реалізації основних видів овочевих культур по грунтово-кліматичном районам Полтавської області з урахуванням обсягів їх виробництва та мінімально-необхідних об’ємів споживання (табл. 3.18).

Враховуючи дані проведеного дослідження виявлено надлишок, відносно потреб населення, по таким видам овочевої продукції: огіркам у розмірі – 397,3; столових буряках – 404,1; моркві – 345,3; цибулі – 250,5 тис. ц. При цьому спостерігається нестача 2226,0 тис. ц помідорів та 384,6 тис. ц капусти, потребу в якій пропонуємо забезпечити постачанням продукції з сусідніх районів. А надлишкові об’єми виробництва овочів, вважаємо за доцільне, реалізовувати у сусідні області або експортувати.

Таблиця 3.18

Матриця перерозподілу реалізації овочевої продукції виробленої по ґрунтово-кліматичним районах Полтавської області (в середньому за 2010 – 2014 рр.), тис. ц

ґрунтово-кліматичні райони	капуста	огірки	помідори	буряки столові	морква столова	цибуля на ріпку
Північно-лісостеповий → Північно-лісостеповий	188,7	23,5	111,5	18,1	18,1	21,8
Північно-лісостеповий → Центрально-лісостеповий	-	-	-	-	-	-
Північно-лісостеповий → Південно-лісостеповий	-	-	-	-	-	-
Північно-лісостеповий → Південно-степовий	-	-	-	-	-	-
Центрально-лісостеповий → Північно-лісостеповий	-	-	-	-	-	-
Центрально-лісостеповий → Центрально-лісостепови	266,1	29,6	157,2	27,3	23,7	28,4
Центрально-лісостеповий → Південно-лісостеповий	-	-	-	-	-	-
Центрально-лісостеповий → Південно-степовий	-	-	-	-	-	-
Південно-лісостеповий → Північно-лісостеповий	-	-	-	-	-	-
Південно-лісостеповий → Центрально-лісостеповий	-	-	-	-	-	-
Південно-лісостеповий → Південно-лісостеповий	237,9	55,5	141,8	43,7	43,7	52,5
Південно-лісостеповий → Південно-степовий	-	-	-	-	-	-
Південно-степовий → Північно-лісостеповий	-	-	-	-	-	-
Південно-степовий → Центрально-лісостеповий	-	-	-	-	-	-
Південно-степовий → Південно-лісостеповий						-
Південно-степовий → Південно-степовий	205,5	50,8	121,3	42,2	42,2	50,6
Нестача	384,6		2226,0			
Надлишок		397,3		404,1	345,3	250,5
Вартість реалізованої продукції, тис. грн.	3755,2	4802,1	22939	1796,2	2276,0	1381,2

Джерело: власні розрахунки

Одним з ефективних методів регулювання розвитку овочівництва та садівництва є прогнозування. Прогнозовані обсяги виробництва та споживання овочів за ґрунтово-кліматичними районами Полтавської області, врахувавши динаміку чисельності населення та середньої норми споживання овочевої продукції наведено у таблиці 3.19.

Застосувавши задачу оптимального розподілу продукції овочівництва по ґрунтово-кліматичних районах Полтавської області по основних видах овочів (капуста, огірки, помідори, столові буряки, морква та цибуля) та виходячи з мінімально-необхідних об’ємів їх споживання, нами спрогнозовано розміри

оптимальних обсягів реалізації основних видів овочевих культур по ґрунтово-кліматичних районах регіону на 2017; 2020 рр. (табл. 3.19).

Таблиця 3.19

Прогнозована динаміка обсягів виробництва та споживання овочів у ґрунтово-кліматичних районах Полтавській області (прогноз на 2017; 2020 рр.)

Ґрунтово-кліматичний район	Територія, тис, км^2	Чисельність населення, тис. чол. (в середньому)		Фонд виробництва				Фонд споживання	
				Всього, тис. ц		на душу населення, кг		Всього, тис. ц	
		2017р.	2020р.	2017р.	2020р.	2017р.	2020р.	2017р.	2020р.
Капуста									
Північно-Лісостеповий	5,8	209,5	209,4	192,5	196,3	91,9	94,7	69,1	72,6
Центрально-Лісостеповий	8,7	264,0	263,9	271,4	276,9	102,8	105,9	87,1	91,5
Південно-Лісостеповий	6,4	494,0	493,9	242,7	247,5	49,1	50,6	163,1	171,3
Південно-Степовий	7,5	452,2	452,1	209,6	213,8	46,4	47,8	149,2	156,7
Полтавська область	28,3	1419,7	1419,3	916,2	934,5	64,5	66,5	468,6	492,0
Огірок									
Північно-Лісостеповий	5,8	209,5	209,4	120,2	122,6	57,4	59,1	27,2	31,1
Центрально-Лісостеповий	8,7	264,0	263,9	165,4	168,8	62,7	64,6	34,3	39,2
Південно-Лісостеповий	6,4	494,0	493,9	151,5	154,5	30,6	31,6	64,3	73,4
Південно-Степовий	7,5	452,2	452,1	130,8	133,4	28,9	29,8	58,8	67,2
Полтавська область	28,3	1419,7	1419,3	567,9	579,3	40,0	41,2	184,6	210,9
Помідор									
Північно-Лісостеповий	5,8	209,5	209,4	221,5	226,0	105,8	109,0	88,0	93,3
Центрально-Лісостеповий	8,7	264,0	263,9	303,8	309,8	115,1	118,5	110,9	117,6
Південно-Лісостеповий	6,4	494,0	493,9	277,7	283,3	56,2	57,9	207,6	220,2
Південно-Степовий	7,5	452,2	452,1	241,7	246,6	53,5	55,1	189,9	201,5
Полтавська область	28,3	1419,7	1419,3	1044,8	1065,7	73,6	75,8	596,4	632,6
Цибуля ріпчаста									
Північно-Лісостеповий	5,8	209,5	209,4	113,7	116,0	54,3	55,9	31,4	35,3
Центрально-Лісостеповий	8,7	264,0	263,9	160,3	163,6	60,7	62,6	39,6	44,4
Південно-Лісостеповий	6,4	494,0	493,9	144,6	147,5	29,3	30,1	74,1	83,2
Південно-Степовий	7,5	452,2	452,1	123,7	126,2	27,4	28,2	67,8	76,1
Полтавська область	28,3	1419,7	1419,3	542,5	553,4	38,2	39,4	213,0	239,0
Буряк столовий									
Північно-Лісостеповий	5,8	209,5	209,4	97,6	99,6	46,6	48,0	27,2	31,1
Центрально-Лісостеповий	8,7	264,0	263,9	138,7	141,5	52,5	54,1	34,3	39,2
Південно-Лісостеповий	6,4	494,0	493,9	139,9	142,7	28,3	29,2	64,3	73,4
Південно-Степовий	7,5	452,2	452,1	106,2	108,3	23,5	24,2	58,8	67,2
Полтавська область	28,3	1419,7	1419,3	482,4	492,0	34,0	35,0	184,6	210,9
Морква столова									
Північно-Лісостеповий	5,8	209,5	209,4	82,7	84,4	39,5	40,7	27,2	31,1
Центрально-Лісостеповий	8,7	264,0	263,9	134,1	136,8	50,8	52,3	34,3	39,2
Південно-Лісостеповий	6,4	494,0	493,9	104,7	106,7	21,2	21,8	64,3	73,4
Південно-Степовий	7,5	452,2	452,1	90,4	92,2	20,0	20,6	58,8	67,2
Полтавська область	28,3	1419,7	1419,3	412,0	420,2	29,0	29,9	184,6	210,9

Джерело: власні розрахунки

Таблиця 3.20

Прогнозовані обсяги виробництва та споживання овочевої продукції у ґрунтово-кліматичних районах Полтавській області на 2017 р.; 2020 р., тис. ц

Показники	Капуста	Огірки	Помідори	Буряки столові	Морква столова	Цибуля на ріпку
2017 р.						
Виробництво – всього, у т.ч. по районах	916,2	567,9	1044,8	482,4	412,0	542,5
Північно-Лісостеповий	192,5	120,2	221,5	97,6	82,7	113,7
Центрально-Лісостеповий	271,4	165,4	303,8	138,7	134,1	160,3
Південно-Лісостеповий	242,7	151,5	277,7	139,9	104,7	144,6
Південно-Степовий	209,6	130,8	241,7	106,2	90,4	123,7
Споживання – всього, у т.ч. по районах	468,6	184,6	596,4	184,6	184,6	213,0
Північно-Лісостеповий	69,1	27,2	88,0	27,2	27,2	31,4
Центрально-Лісостеповий	87,1	34,3	110,9	34,3	34,3	39,6
Південно-Лісостеповий	163,1	64,3	207,6	64,3	64,3	74,1
Південно-Степовий	149,2	58,8	189,9	58,8	58,8	67,8
Надлишок	447,6	383,3	448,4	297,8	227,4	329,5
2020 р.						
Виробництво – всього, у т.ч. по районах	934,5	579,3	1065,7	492,0	420,2	553,4
Північно-Лісостеповий	196,3	122,6	226,0	99,6	84,4	116,0
Центрально-Лісостеповий	276,9	168,8	309,8	141,5	136,8	163,6
Південно-Лісостеповий	247,5	154,5	283,3	142,7	106,7	147,5
Південно-Степовий	213,8	133,4	246,6	108,3	92,2	126,2
Споживання – всього, у т.ч. по районах	492,0	210,9	632,6	210,9	210,9	239,0
Північно-Лісостеповий	72,6	31,1	93,3	31,1	31,1	35,3
Центрально-Лісостеповий	91,5	39,2	117,6	39,2	39,2	44,4
Південно-Лісостеповий	171,3	73,4	220,2	73,4	73,4	83,2
Південно-Степовий	156,7	67,2	201,5	67,2	67,2	76,1
Надлишок	442,5	368,4	433,1	281,1	209,3	314,4

Джерело: власні розрахунки

У результаті проведених розрахунків у 2017 та 2020 р. спостерігаються надлишки продукції відносно потреб населення. Тому вважаємо за доцільне надлишки овочевої продукції раціонально експортувати у області, де спостерігається їх нестача і тому можлива реалізація за вигіднішими цінами.

Також спостерігається збільшення фонду споживання овочів, що зумовлено, у першу чергу, підвищенням їх виробництва переважно у

приватному секторі, а не за рахунок виробництва у великих сільськогосподарських підприємствах, як основного джерела надходження овочевої продукції до торговельної мережі. Споживання овочів у розрахунку на душу населення також збільшилося. У певній мірі це є результатом скорочення чисельності населення. Більшому рівню виробництва відповідає і більший рівень споживання овочевої продукції на душу населення. Як показують дані проведеного дослідження, позитивна тенденція зростання обсягів виробництва, збережеться й на найближчу перспективу.

Аналіз ефективності функціонування прибуткових підприємств галузі плодоовочівництва області показав, що підприємства можуть працювати рентабельно. Зростання рівня собівартості компенсується зростанням цін реалізації овочів та фруктів, що дає змогу показникам ефективності зростати. Однак існуючі технології виробництва вичерпали свій запас ефективності, всі заходи щодо поліпшення умов виробництва, які запроваджують підприємства, не спричинять значний економічний ефект. Необхідна докорінна зміна технологій виробництва, яка призведе до зміни організації праці, умов збуту продукції і сприятиме підвищенню її якості і кількості.

Проте, головними виробниками овочів та фруктів у регіоні залишаються господарства населення. На основі їх кооперації зможуть розвиватися та виникати нові форми виробництва та реалізації продукції. Через високу трудомісткість галузей перспективним є також розвиток фермерських господарств, що займаються вирощуванням овочів та фруктів. Оскільки кожна форма господарювання при належному рівні її організації здатна забезпечити ефективне функціонування. На наш погляд, паралельний розвиток та поєднання кількох форм господарювання дасть змогу отримати ефективний результат.

Стосовно прогнозу розвитку галузі плодоовочівництва Полтавської області, то очікуються структурні зміни у виробництві: частка спеціалізованих сільськогогосподарських підприємств та фермерських госпдарств буде зростати, а домогосподарств населення – знижуватися. Результати проведеного аналізу ефективності реалізації продукції плодоовочівництва показали, що

намітилася тенденція до зменшення закупівлі овочевої продукції заготівельними організаціями та збільшення їх реалізації на ринку, комерційним структурам, а також у рахунок оплати праці. Ціни, що формувалися у мережах та на ринку, не сприяли розширеному відтворенню та не відшкодовували понесених виробничих витрат сільськогосподарським виробникам.

При визначенні оптимальних розмірів господарських формувань та їх виробничих підрозділів доцільним є врахування та раціональне використання комплексу технічних засобів, що забезпечать виконання необхідних технологічних операцій. Крім того, цілісність земельних комплексів зумовлена необхідністю уникнути розбалансування підприємств, а, відповідно, і перерозподілу земель [258, с. 118].

Великі підприємства мають переваги у порівнянні з невеликими та кращі можливості і потенціал (технічний, кадровий, фінансовий). Проте, слід зазначити, що надто великі розміри підприємств іноді є невигідними, адже збільшення їх розмірів не завжди супроводжується підвищенням ефективності їх господарювання. Відтак, розміри господарства повинні сприяти досягненню найбільш ефективного використання власного ресурсного потенціалу.

Сучасні розміри більшості господарств населення є недостатніми, тому для підвищення ефективності діяльності необхідно поступово нарощувати масштаби їх виробництва (наприклад: на основі оренди земельних паїв, застосування різних форм спільного використання техніки тощо).

Саме тому, основними передумовами зростання обсягів виробництва та реалізації продукції галузі плодоовочівництва мають стати наступні:

– складання балансів овочевої та плодово-ягідної продукції, з метою визначення загальної потреби по овочах та фруктах у межах конкретного регіону (з врахуванням можливостей власного виробництва та завезення продукції з інших регіонів);

– удосконалення територіального розміщення, поглиблення зональної спеціалізації виробництва овочів та фруктів за рахунок використання особливостей природно-кліматичного потенціалу адміністративного району;

– розвиток нових форм господарських структур, спроможних забезпечити потреби регіону у плодоовочевій продукції (від товариств та приватних господарюючих суб'єктів до фермерських господарств);

– формування оптимальних за розмірами овочівницьких та садівницьких виробничих підприємств, підвищення рівня їх спеціалізації, інтеграції та кооперації з переробними структурами;

– розширення площ існуючих та закладання нових посадок овочевих та плодово-ягідних культур, які забезпечать одержання високих приростів якісних урожаїв та конкурентоспроможної продукції;

– запровадження інноваційно-інтенсивних технологій, які покликані забезпечити швидкий обіг капіталу тощо.

Від так, позитивна тенденція зростання обсягів виробництва, збережеться й на найближчу перспективу. Це пояснюється тим, що ринок овочів у Полтавському регіоні та в Україні вцілому динамічно розвивається, однак ще не насичений. Його особливістю на сучасному етапі розвитку є те, що при правильному підході до вирощування і використання засобів маркетингу ця галузь може бути високорентабельною навіть у сезон надвиробництва. А вироблена для споживання у свіжому та переробленому вигляді продукція надходитиме в оптову і роздрібну мережу, а також заклади громадського харчування.

3.3. Формування логістичних розподільчих центрів та мінімізація вантажоперевезень плодоовочевої продукції

Сучасний стан продовольчого ринку значною мірою визначається рівнем розвитку його інфраструктури, оскільки саме вона покликана забезпечувати взаємозв'язок між суб'єктами, що формують попит та пропозицію на ринку, й тим самим впливати на швидкість обігу товарів на ньому і, найголовніше, на процеси ціноутворення в галузі. Тому, важливим елементом розбудови економічної системи у сільському господарстві є формування розгалуженої системи об’єктів ринкової інфраструктури. Адже, наявна на сьогоднішній день мережа інфраструктурних формувань за обсягами надання послуг та їх якістю не задовольняє потреб товаровиробників та споживачів їх продукції. Відсутність ефективних, доступних для дрібного товаровиробника, каналів реалізації продукції виступає обмежувальним фактором щодо справедливого перерозподілу вартостей у системі ціноутворення. При цьому збитків зазнають і товаровиробники, які змушені використовувати неорганізовані канали збуту і споживачі, які купують продукцію сумнівної якості за завищеними цінами.

Статтею 3 Закону України «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року» [298] передбачені пріоритетні напрями державної аграрної політики, зокрема створення рівних умов для функціонування різних організаційно-правових форм господарювання в аграрному секторі та удосконалення державної підтримки розвитку підприємництва з метою розв’язання проблеми зайнятості сільського населення. Відтак, необхідним на даному етапі розвитку, є узгодження інтересів виробників, створення системи оптової і оптово-роздрібної торгівлі плодоовочевою продукцією на засадах кооперації. А однією з найважливіших складових такої інфраструктури має стати формування мережі розподільчих центрів та оптових (оптово-роздрібних) ринків. Становлення та розвиток якої стримується через недостатнє фінансово-кредитне, інформаційне та консультаційне забезпечення та ряд інших чинників.

Досить перспективним, на початковому етапі формування мережі інфраструктурних об’єктів регіону, на наш погляд, повинно стати створення розподільчих центрів, головним призначенням яких є забезпечення оперативності доставки та оптимізація транспортних потоків плодоовочевої продукції. Побудова мережі розподільчих центрів плодоовочевої продукції у Полтавській області сприятиме суттєвому зменшенню витрат, що виникають у процесі доведення товарів від виробників до споживачів, а через них і на кінцеву вартість реалізованого продукту.

Основними завданнями створених розподільчих центрів мають стати: підвищення узгодженості роботи різних видів транспорту при організації змішаних та інтермодальних перевезень; належна організація комплексного транспортного обслуговування клієнтів; розширення видів послуг, що надаються, і підвищення їхньої якості. Крім того, робота через розподільчий центр дозволить забезпечити постійну наявність широкого асортименту, що сприятиме кращому задоволенню потреб споживачів.

Перевагами використання розподільчого центру при реалізації продукції плодоовочевого виробництва буде: можливість оптимального розподілу замовлень за призначенням; швидка комплектація замовлення; формування постійних партнерських зв’язків між виробниками (продавцями) та споживачами (покупцями) плодоовочевої продукції; можливість зниження вартості зберігання продукції у зв’язку з отриманням знижок на оптові партії; відповідне технологічне оснащення; перевезень вантажів економічно-обґрунтованими партіями; підвищить ефективність обслуговування торговельних точок та дозволить повною мірою виконувати замовлення у межах широкого товарного асортименту.

Недоліками використання розподільчого центру можуть стати: збільшення тривалості часу обслуговування замовлення; можлива територіальна віддаленість від постачальника матеріальних ресурсів, що збільшить витрати на доставку та значні капіталовкладення в будівництво на початкових етапах створення центрів.

Отже, при вирішенні питання про доцільність створення у логістичному ланцюзі розподільчого центру, досить важливим є максимальне зменшення впливу всіх вищезазначених недоліків. Адже, для того щоб створена логістична система працювала оптимально, вона повинна відповідати вимогам усіх учасників процесу розподілу.

Слід зазначити, що кількість, потужності, місця розташування і функції розподільчих центрів залежать від розмірів матеріальних потоків, стратегії і фінансового стану підприємства, яке проектує мережу розподільчих центрів. При цьому важливим є розрахунок наступних показників: вартість транспортування, складської переробки вантажів, складування вантажів, оформлення замовлень і системи управління, рівень обслуговування клієнтів. Найефективнішою мережею з розподільчими центрами буде та, що забезпечить найвищий рівень обслуговування споживачів за мінімальних загальних витрат.

Однією з важливих і непростих задач під час проектування розподільчих систем є вибір варіанта розміщення розподільчих центрів. Задачу розміщення розподільчих центрів можна сформулювати як пошук оптимального рішення або ж як пошук субоптимального (близького до оптимального) рішення.

При такому розміщенні повинні виконуються три принципові умови розміщення розподільчих центрів: поблизу ринків збуту, поблизу об’єктів виробництва або мати проміжне розташування.

Розташування складів поблизу ринків збуту сприятиме оперативному поповненню запасів. Географічні розміри ринку, який обслуговується таким складом, залежать від періодичності постачань, від середнього розміру замовлення і від розміру питомих витрат на транспортування до місць збуту. Головними критеріями роботи таких центрів є забезпечення належної якості обслуговування або мінімізація логістичних витрат. Такі склади доцільно використовувати при торгівлі харчовими продуктами або промисловими товарами масового використання. Проте розміщення поблизу ринків збуту є характерним для більшості галузей сільського господарства. Такий

стратегічний підхід є економічно виправданим, оскільки це найдешевший спосіб оперативного поповнення запасів.

Розташування розподільчих центрів поблизу виробництв полегшує нагромадження потрібного для постачання асортименту продукції. Таке розміщення складів дозволяє відправляти споживачам змішані вантажі за консолідованими тарифами. За таких умов підвищується рівень сервісу, розширюється асортимент продукції, яка постачається.

За проміжного розташування розподільчих центрів між виробництвом і споживанням склади працюють за тією ж схемою, що і склади, розміщені поблизу виробництва: накопичують повний асортимент продукції й відправляють замовникам змішані партії товарів за пільговими тарифами.

Відповідно до обраної стратегії розташування мережа товаропросування може бути організована як централізована структура (з єдиним великим розподільчим центром) і децентралізована структура (з декількома дрібними розподільчими центрами).

У централізованій мережі розподільчий центр направляє товари, виготовлені підприємством-виробником, кінцевим або проміжним споживачам у різні регіони (оптовим чи дрібнооптовим посередникам або безпосередньо в роздрібну торгівельну мережу). Перевагою цього варіанту є зменшення розмірів запасів продукції на складі підприємств-виробників, відправляючи всю виготовлену продукцію відразу в розподільчі центри. Недоліком цього варіанту можуть стати підвищені розміри транспортних витрат при доставці товарів численним споживачам-замовникам.

При децентралізованій розподільчій системі загальні матеріальні запаси і вартість створення декількох розподільчих центрів будуть вищими, ніж у попередньому варіанті. Проте, вартість доставки продукції споживачам буде меншою через те, що розподільчі центри знаходяться на території товарних ринків, поблизу споживачів. Крім цього, локальним розподільчим центрам легше вивчати свої регіональні ринки, тому вони мають змогу гнучко реагувати на ситуацію на цих ринках. Разом з тим, у невеликих регіональних складах

важко домогтися такої ж низької собівартості переробки вантажів, порівняно з великим автоматизованим розподільчим центром, що можна спостерігати у централізованій системі організації розподільчої мережі.

Витрати на оформлення замовлень у централізованій розподільчій системі можуть бути більшими і знижуватися при збільшенні кількості розподільчих центрів, оскільки за умови розташуванні складів у різних регіонах і наближення їх до клієнтів, зв'язки зі споживачами можуть бути більш оперативними і дешевими.

Під час створенні розгалуженої децентралізованої системи розподілу з окремими складами в різних регіонах роль центрального розподільчого складу, може відігравати склад готової продукції підприємства-виробника. У цій системі витрати на складування і переробку вантажів можуть зростати, а вартість транспортування вантажів і оформлення замовлень-знижується. Доставка вантажів у інші райони на свої розподільчі центри можуть знижуватися, що зумовлено невеликою кількістю цих складів.

Таким чином, під час визначення оптимальної кількості розподільчих центрів виникає оптимізаційна задача: якщо збільшити кількість розподільчих складів у товаропровідній мережі, витрати на транспорт та оформлення замовлень знижуються, витрати на утримання складських запасів зростають, а загальні витрати досягають мінімуму за деякої кількості розподільчих складів.

В основі питання створення локальних розподільчих центрів плодоовочевої продукції в Полтавській області лежить стратегія оптимізації виробництва та розподілу надлишкової продукції. Одним із аспектів такої оптимізації є раціональне розташування центрів, яке дозволить мінімізувати витрати на перевезення овочів від виробників до центрів та у зворотньому напрямку.

Розділимо Полтавську область умовно на чотири приблизно рівні за площею регіони, до яких віднесемо по 5-7 розташовані поряд адміністративні райони області таким чином: Північно-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район (Гребінківський, Пирятинський, Чорнухинський, Лохвицький,

Лубенський, Оржицький адміністративні райони); Центрально-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район (Гадяцький, Зіньківський, Великобагачанський, Миргородський, Шишацький, Семенівський, Хорольський адміністративні райони); Південно-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район (Котелевський, Диканський, Чутівський, Решетилівський, Полтавський, Карлівський, Машівський адміністративні райони); Південно-Степовий ґрунтово-кліматичний район формують Глобинський, Козельщинський, Новосанжарський, Кременчуцький, Кобеляцький райони.

Розглянемо задачу оптимізації вантажоперевезень культур овочевої групи «борщового набору» (капуста, помідори, огірки, морква, буряки столові), які були вирощені у господарствах усіх форм власності Полтавської області.

Аналізуючи статистичні дані, що характеризують динаміку розвитку овочівництва в Полтавській області у розрізі чотирьох її регіонів (табл. 3.21), можна побачити, що для вирощування овочів «борщового набору» було відведено приблизно 5 % всіх посівних площ.

Таблиця 3.21

Динаміка показників виробництва овочів у розрізі ґрунтово-кліматичних районів Полтавської області за 2014 р.

Показники	Північно-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район	Центрально-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район	Південно-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район	Південно-Степовий ґрунтово-кліматичний район
Посівні площі сільськогосподарських культур, тис.га	359,2	531,3	413,4	412,0
Площі під овочевими культурами , тис.га	18,8	28,3	19,1	19,8
Виробництво овочів розрах. тис. т	81,2	122,2	154,9	160,3
Чисельність населення, чол.	166648	228789	209426	181516
Потреба в овочах за нормат, тис. т	18,2	25,8	23,4	20,8
Овочі на реалізацію (розрахункове) тис. т	63,0	97,2	131,2	140,6

Джерело: власні розрахунки

За основу розрахунків взято обсяги виробництва овочів по регіонах Полтавської області у 2014 році: Північно-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район – 81,2; Центрально-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район – 122,2; Південно-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район – 154,9 та Південно-Степовий ґрунтово-кліматичний район – 160,3 тис. т. Враховуючи чисельність населення регіонів та нормативи споживання овочів «борщової групи» (щорічна норма – 111 кг на людину) отримуємо потребу в овочах на рівні: 18,2; 25,8; 23,4 та 20,8 тис. т відповідно.

У результаті проведених розрахунків спостерігається ситуація, коли у господарствах населення Полтавської області вирощується обсяг овочів, що у достатній мірі задовольняє потреби сільського населення та може бути реалізований населенню у містах області.

Так, у 2014 р. валові збори овочевої продукції перевищили 517,3 тис. т овочів «борщової групи», потреба в овочах для сільського населення області становить – 87 тис. т, від так, надлишок у розмірі 430 тис. т може бути реалізований у містах Полтавської області.

Задача оптимального розподілу продукції овочівництва з регіональних центрів розподілу по містах Полтавської області може бути розв’язана за допомогою економіко-математичного моделювання (алгоритму так званої транспортної задачі).

Умова задачі математично формалізується у вигляді системи лінійних нерівностей – обмежень ресурсів, якими виступають в нашій задачі запаси овочів, що вирощені у відповідних регіонах області. Задача має безліч розв’язків, ми знаходимо оптимальний розв’язок – за умови мінімальних вантажоперевезень від центрів до постачальників.

У свою чергу загальні потреби населення у овочах «борщової групи» згідно нормативів споживання по містах Полтавської області складає 67 тис. т (табл. 3.22).

Різниця між виробленим обсягом продукції овочівництва та нормативними потребами споживання населення Полтавської області (враховуючи населення міст) у 2014 р. складала 430,0 тис. т.

Таблиця 3.22

Розрахунок потреби овочевої продукції у містах Полтавської області та потенційними містами сусідніх областей у 2014 р.

Показники	Міста Полтавської області				Міста сусідніх областей		
	м. Лубни	м. Миргород	м. Полтава	м. Кременчук	м. Київ	м. Харків	м. Суми
Чисельність населення, чол.	47101	40603	294962	225216	2868702	1451132	268874
Потреба в овочах (нормативна), тис. т	5	5	33	25	318	161	30
Потреба в овочах (розрахункова), тис. т	5	5	33	25	227	114	21

Джерело: власні розрахунки

На наш погляд перспективними ринками збуту у даному випадку можуть стати великі міста сусідніх з Полтавською областей, насамперед м. Київ, м. Харків, м. Суми тощо. Так, надлишок виробництва овочів дозволить задовольнити до 70 % потреб в овочах вищеназваних міст.

Матриця відстаней між містами Полтавської області та великими містами сусідніх областей (перспективними місцями збуту надлишкової продукції) та ринками реалізації продукції овочівництва наведена в таблиці 3.23.

Розв’яжемо задачу як транспортну закриту задачу, де сума запасів дорівнює сумі потреб, тобто всі запаси постачальників повинні бути розподілені між споживачами основних міст Полтавської області та великими містами сусідніх областей (Київської, Харківської, Сумської).

$$a_1 + a_2 + a_3 + ... + a_m = b_1 + b_2 + b_3 + ... + b_n$$

$$\sum_{i=1}^{m} a_i = \sum_{j=1}^{n} b_j ,$$

Таблиця 3.23

Матриця відстаней між містами та ринками реалізації продукції овочівництва Полтавської області

Відстані по автошляхах, км	м. Лубни	м. Миргород	м. Полтава	м. Кременчук	м. Київ	м. Харків	м. Суми
м. Лубни	0	50	142	128	197	279	208
м. Миргород	50	0	102	122	249	238	166
м. Полтава	142	102	0	113	342	145	178
м. Кременчук	128	122	113	0	289	250	288

Джерело: власні розрахунки

де $a_1, a_2, a_3, ..., a_m$ – запаси продукції у кожного з постачальників,

m – кількість постачальників.

$b_1, b_2, b_3, ..., b_n$ – потреби споживачів, n – кількість споживачів.

В цілому математичний запис транспортної задачі закритого типу матиме вигляд:

$$\begin{cases} x_{11} + x_{12} + ... + x_{1n} = a_1 \\ x_{21} + x_{22} + ... + x_{2n} = a_2 \\ ... \\ x_{m1} + x_{m2} + ... + x_{mn} = a_m \\ x_{11} + x_{21} + ... + x_{m1} = b_1 \\ x_{12} + x_{22} + ... + x_{m2} = b_2 \\ ... \\ x_{1n} + x_{2n} + ... + x_{mn} = b_n \\ x_{ij} \geq 0, i = 1,2,..., m,\ j = 1,2,..., n \end{cases}$$

$$Z = c_{11}x_{11} + ... + c_{1n}x_{1n} + c_{21}x_{21} + ... + c_{2n}x_{2n} + ... + c_{m1}x_{m1} + ... + c_{mn}x_{mn} \to \min$$

де Z – цільова функція (мінімум тонно-кілометрів), $c_{11}, ..., c_{1n}, c_{21}, ..., c_{2n}, ..., c_{m1}, ..., c_{mn}$ – відстані від постачальників до споживачів.

Постачальниками в нашому випадку виступають логістичні розподільчі центри (м. Полтави, м. Лубен, м. Кременчука, м. Миргорода). Споживачами в свою чергу виступають ринки збуту овочів у великих містах Полтавської області та м. Київ, м. Харків та м. Суми у сусідніх областях.

Відстані між постачальниками плодоовочевої продукції та її безпосередніми споживачами наведені у таблиці 3.23. Запаси товарних овочів у основних постачальників наведені у таблиці 3.21, відповідно розрахункові потреби ринків збуту представлені у таблиці 3.22.

Розрахунки проведемо в електронному табличному процесорі MS Excel за допомогою надбудови «Пошук рішення», яка реалізує алгоритм розв'язку оптимізаційної задачі лінійного програмування Симплекс-методом (рис. 3.5).

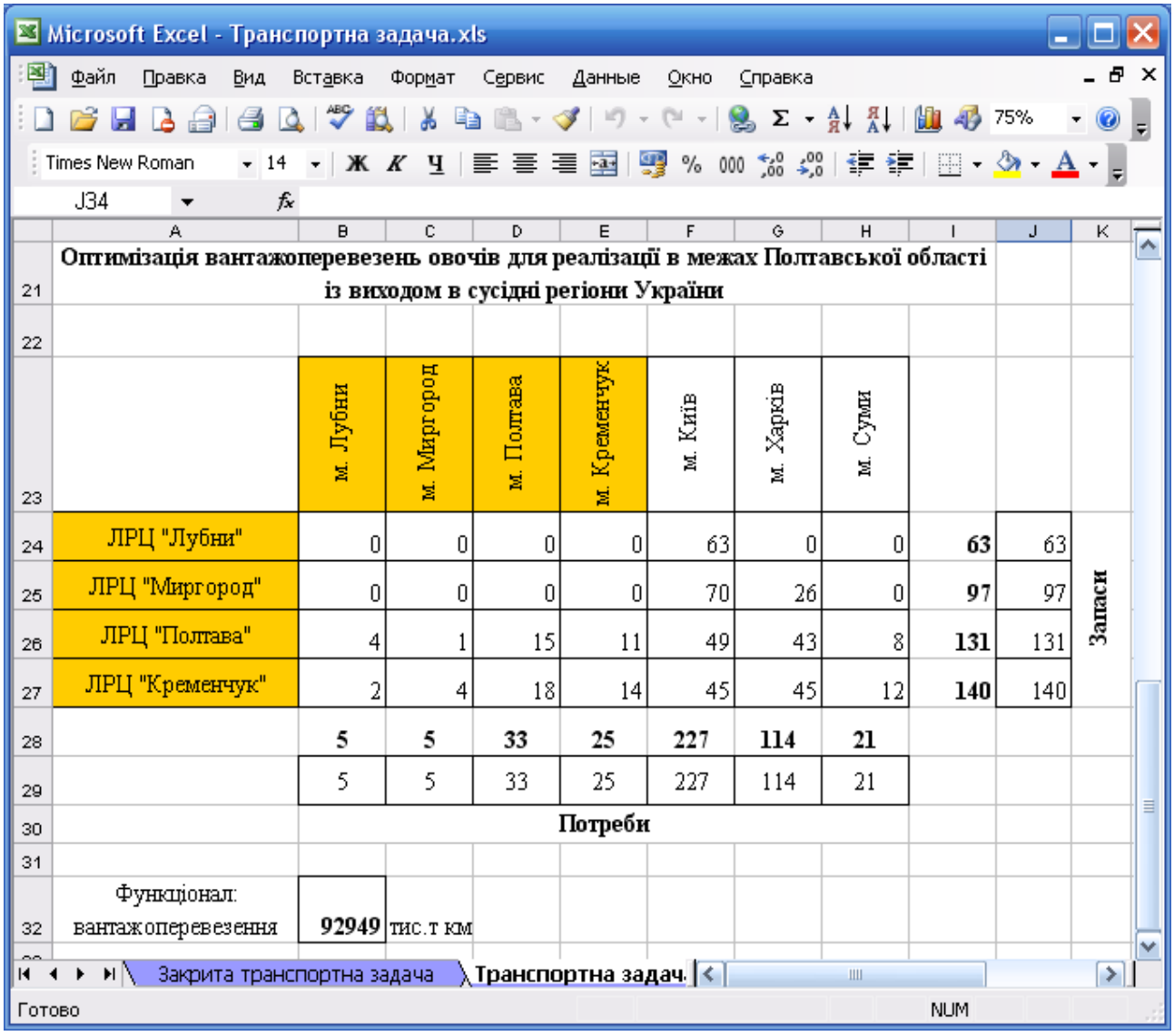


Рис. 3.5. Розрахункова таблиця оптимізаційної задачі в MS Excel.

Як видно із розрахункової таблиці (рис. 3.5), в результаті знайдено оптимальне рішення, коли розподілені всі запаси овочів постачальників, що дозволяє повністю задовольнити попит всіх споживачів. При цьому, досягнутий показник мінімального обсягу вантажоперевезення – 92949 тис. т км.

Оптимальний розподіл запасів продукції овочівництва у Полтавській області представлений на рисунку 3.6.

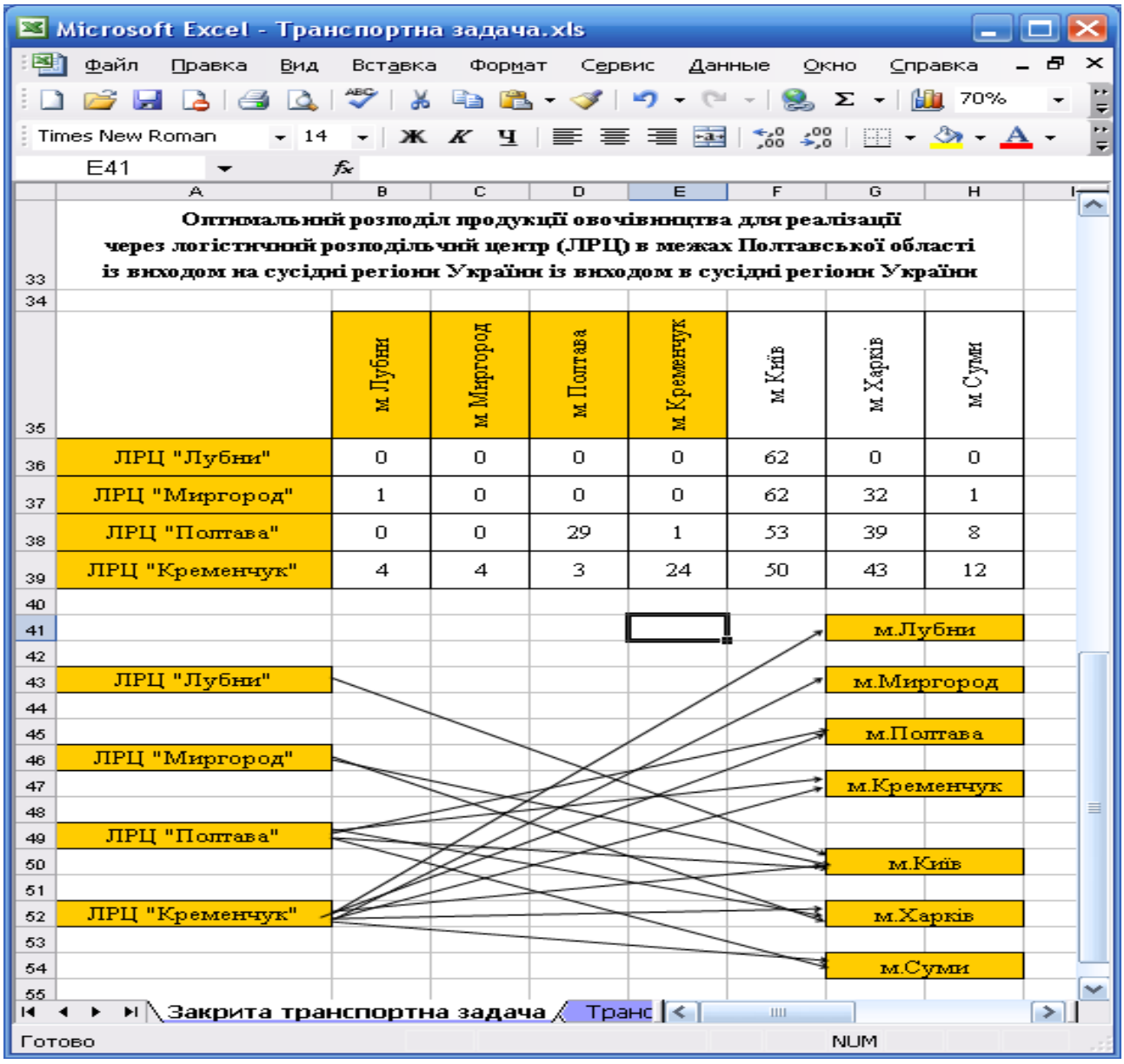


Рис. 3.6. Схема оптимального розподілу продукції овочівництва із логістичних розподільчих центрів на ринки збуту за умови мінімізації вантажоперевезень

Як видно із оптимального плану забезпечення населення продукцією овочевої групи найбільш перспективними є Південно-Лісостеповий ґрунтово-

кліматичний район з центром у м. Полтава та Південно-Степовий ґрунтово-кліматичний район – м. Кременчук, оскільки обсяги виробництва овочів, що реалізуються в цих регіонах є найбільшими, а отже, ринки збуту у цих містах в межах області мають найбільшу місткість. А наявність розвинутого транспортного сполучення: автомобільних доріг та залізничного сполучення робить їх найбільш зручними для транспортування овочів за межі області.

Від так, оптимальними місцями розміщення логістичних розподільчих центрів є міста, з найвищою густотою населення та спостерігається постійно зростаючий попит на продукцію плодоовочевої групи. Висунемо пропозицію розташувати розподільчі центри в цих регіонах з урахуванням доступності, якості та різноманітності їх транспортного сполучення: Північно-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район – м. Лубни, Центрально-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район – м. Миргород, Південно-Лісостеповий ґрунтово-кліматичний район – м. Полтава, Південно-Степовий ґрунтово-кліматичний район – м. Кременчук (рис. 3.7).

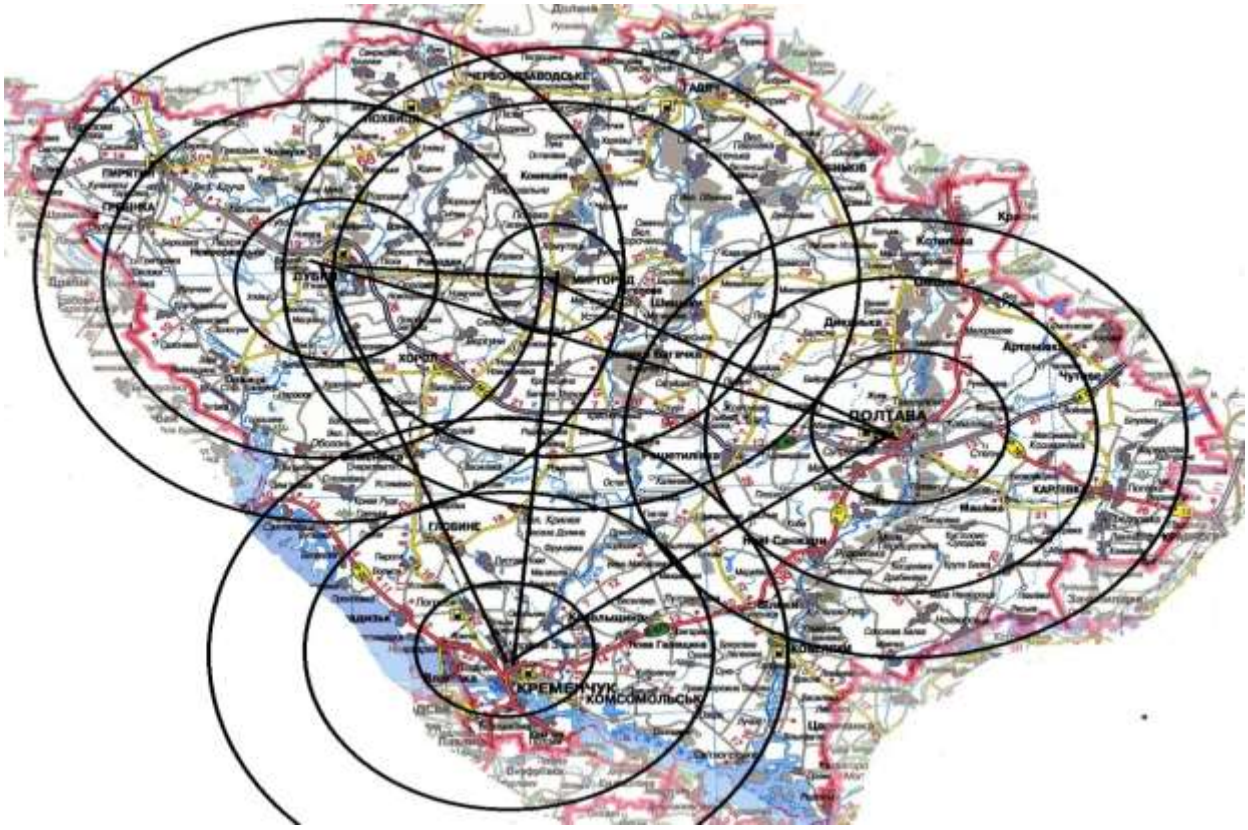


Рис. 3.7. Координати розміщення логістичних розподільчих центрів у межах Полтавської області

Від так, запропоновані місця розташування логістичних розподільчих центрів підтверджуються наступними критеріями оптимізації (рис. 3.8):

- витрати на логістичне обслуговування за такого розміщення мінімізуються – це комплексний критерій, який включає: вартість оренди складського приміщення, витрати на заробітну плату працівників, витрати на транспортування продукції;

- наявна у регіоні інфраструктури повністю відповідає умовам функціонування логістичного розподільчого центра – складається з: забезпечення приміщення необхідними комунікаціями, зручності автомобільного під'їзду до складських приміщень, рівня розвитку інфраструктурного забезпечення з позиції зручності здійснення навантажувально-розвантажувальних робіт;

- підвищений рівень зацікавленості споживачів у створенні центрів – показник відповідає частоті повторних замовлень та відносного збільшення разових покупок.

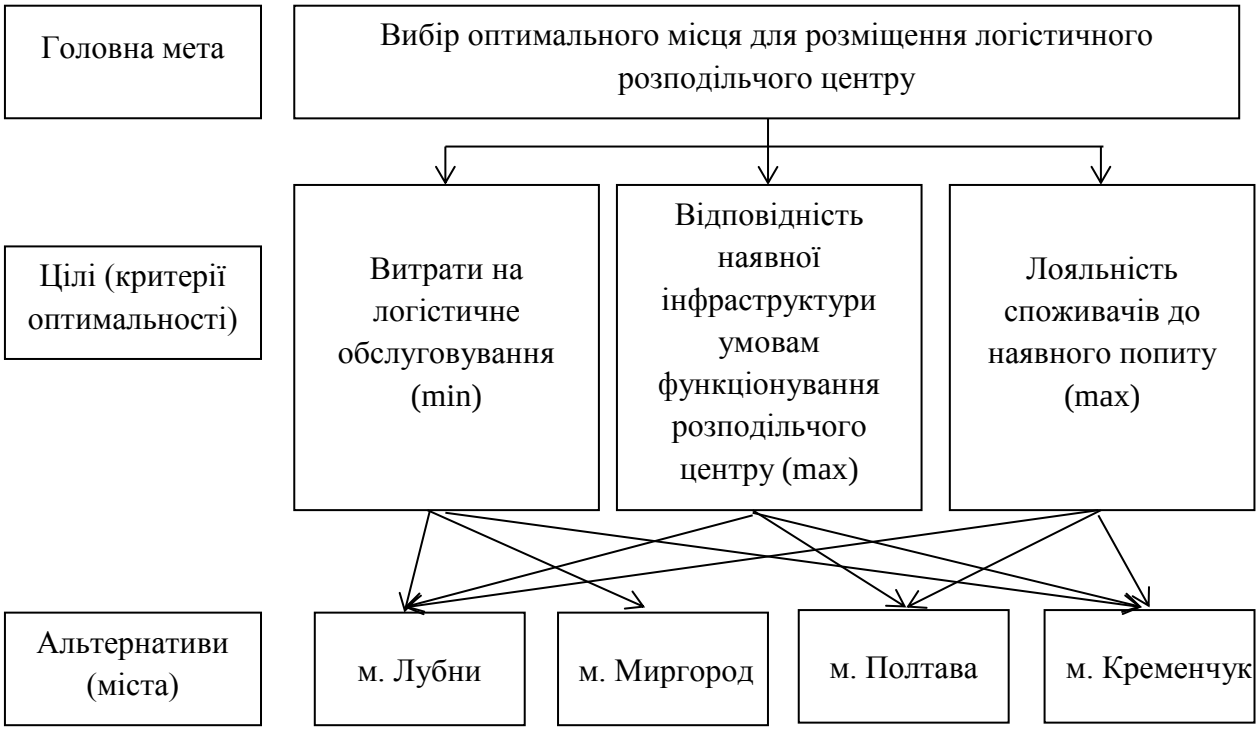


Рис. 3.8. Постановка завдання вибору оптимального місця розміщення логістичних розподільчих центрів

Основні завдання, що будуть вирішені при впровадженні в систему товароруху ринку плодоовочевої продукції Полтавської області логістичних розподільчих центрів:

1) підвищення ефективності транспортних зв'язків за рахунок підвищення рівня узгодженості роботи різних видів транспорту;

2) організація комплексного обслуговування клієнтів;

3) збільшення потужностей для транспортування продукції;

4) оптимізація схем розрахунків між учасниками логістичних ланцюжків;

5) оптимізація завантаження транспортних інфраструктур;

6) скорочення часу доставки вантажів за рахунок зменшення часу простоїв, а також поліпшення використання транспортних засобів і транспортного устаткування.

За таких умов сформулюємо основні функції таких центрів:

- закупка великий партій товарів для підтримки оптимального асортименту в обслуговуючих роздрібних магазинах, за рахунок чого досягається мінімізація закупівельної ціни, прискорюється оборотність товарних запасів і підвищуються обсяги роздрібних продажів;
- оптимізація торговельно-технологічних і складських операцій з метою зниження експлуатаційних та інших витрат;
- оптимізація транспортних потоків, що дозволяє знижувати нераціональне використання транспорту;
- оптимізація контролю якості товарів, підтвердження відповідності (сертифікація) і т.д.

На стадії реалізації продукції плодоовочевого виробництва можлива організація надання додаткових видів послуг: документальне оформлення; перевірка якості; сертифікація продукції; розфасовка продукції овочівництва; маркування продукції та відповідне зберігання.

Логістичний розподільчий центр із постачання плодоовочевої продукції повинен мати відповідну інфраструктуру, що повинна бути забезпечена

щонайменше двома видами транспорту, мати у своєму складі центр обробки даних, спеціальне устаткування і вантажно-розвантажувальні пристрої, а також кваліфікований персонал, що має відповідну підготовку.

Розвиток логістичних розподільчих центрів продукції плодоовочевого виробництва в області вимагає запровадження сучасних нових холодильних камер, складських приміщень із сучасними технологічними рішеннями щодо упаковки продукції, сортування і зберігання. Однією з переваг логістичного розподільчого центру перед збутовими й іншими спеціалізованими суб'єктами, що поєднують виробників окремих видів продукції, є охоплення всього асортименту товарної плодоовочевої продукції області або району. Запровадження у процес товаропросування плодоовочевої продукції нових, більш прогресивних форм обслуговування доволить скоротити терміни доставки, розміри транспортно-складських та інших витрат на доставку продукції від виробника до кінцевого споживача.

Використання логістичних розподільчих центрів виробниками плодоовочевої продукції, дозволить значно скоротити витрати з доставки за рахунок формування оптимальних транспортних партій різних виробників, її упаковки та маркування. Це дасть можливість згладжувати нерівномірності виробництва та розподілу готової продукції і на якісно новому рівні будувати партнерські відносини з підприємствами-переробниками, а також роздрібними торговельними мережами, отримавши можливість контролювати роздрібні ціни на свою продукцію.

При цьому проміжною ланкою між виробництвом продукції та її реалізації через роздрібну мережу має стати оптовий ринок. При відсутності такої ланки система виробництва і збуту залишається незавершеною. Саме створення мережі оптових та оптово-роздрібних ринків дозволить збільшити обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, покращити її якість, забезпечити наповнення продовольчого ринку товарами вітчизняного виробництва.

Необхідність формування оптових ринків обумовлена низкою факторів, основними серед яких є порушення відносин між виробниками продукції та її споживачами; зменшення ролі споживчої кооперації; збільшення обсягів імпорту; поява на ринку численних посередницьких структур, які здійснюють кількаразовий перепродаж; розвиток бартерних операцій. При цьому, споживачеві пропонується продукція, яка не завжди підготовлена до реалізації (не сортована, не упакована тощо).

Численні приклади організації ефективної системи збуту плодоовочевої продукції пропонує світова практика ринкової торгівлі (додаток АЛ). Це переважно оптові, оптово-роздрібні ринки, які представляють собою налагоджену систему закупівлі оптових партій продукції на основі довгострокових контрактів з наступною її реалізацією оптовими партіями чи вроздріб [299, с. 181]. Такі ринки здійснюють безперервну торгівлю продукцією масового попиту, маючи при цьому постійних постачальників та покупців. У країнах Західної Європи та США оптові продовольчі ринки – це сучасні торговельні комплекси з усіма супроводжуючими службами сервісу, допоміжними приміщеннями для приймання, доробки, зберігання продукції та підготовки її до реалізації [300, с. 318].

Від так, в усіх розвинених країнах світу торгівля на оптових ринках домінує порівняно з іншими каналами збуту продукції. Слід відзначити, що Організація Об’єднаних Націй наголошувала на необхідності створення оптових продуктових ринків по всьому світу для упередження наслідків глобальної економічної кризи. До того ж, актуальність швидкого вирішення питання розбудови мережі оптових ринків зростає у зв’язку зі вступом України до СОТ, оскільки вітчизняна продукція може бути витіснена з ринку іноземними аналогами через її низьку конкурентоспроможність.

В Україні вже є хороші приклади реалізованої ініціативи бізнесу з розвитку оптових ринків сільськогосподарської продукції у Львівській, Київській, Запорізькій, Одеській, Харківській, Рівненській, Луганській, Миколаївській та Херсонській областях. Ці оптові об’єкти обладнані та

функціонують з урахуванням успішного досвіду закордонних ринків. Тут здійснюються приймання, зберігання, мийка, калібрування, фасування, формування уніфікованих товарних партій і підготовка продукції до подальшого транспортування. Всі вони працюють в єдиному інформаційному просторі. Таким чином, відбувається постійний обмін інформацією стосовно попиту та пропозицій на кожну товарну позицію, що реалізується на ринку.

Для досліджуваного регіону доцільним є створення ринків середнього й дрібного оптів. Як стверджує світовий досвід, оптові ринки плодоовочевої продукції доцільно розміщувати з врахуванням локальної концентрації її виробництва та попиту. При цьому вони можуть бути запроваджені на базі існуючих підприємств оптової торгівлі з їх матеріально-технічними ресурсами. На Полтавщині найбільш прийнятним місцем створення оптового плодоовочевого ринку є м. Полтава. А основною метою його формування є організація оптової торгівлі, що може стати альтернативним (відмінним від прямого постачання товарів виробниками у роздрібну торгівлю) варіантом реалізації продукції. При цьому буде досягнуто позитивного впливу на якість та рівень кінцевої ціни через створення конкурентного середовища на ринку.

Певний досвід організаційної структури, який включав всі ланки єдиного ланцюга від виробництва, промислової переробки та зберігання до збуту плодоовочевої продукції Полтавська область має з 1975 р., коли було створено агропромислове об’єднання Полтаваплодоовочпром. В його складі функціонували 8 потужних консервних заводи (у тому числі 2 державні), три комбінати роздрібної торгівлі, оптова плодоовочева база, овочесховища, консервні та фруктопереробні цехи, автотранспортне підприємство, будівельно-монтажне управління, торгівельно-закупівельна база, проектна госпрозрахункова контора, центральний диспетчерський пункт, контрольно-виробнича лабораторія. Це об’єднання організовувало і координувало роботу юридично самостійних господарюючих суб’єктів, що належали до сфер сільськогосподарського виробництва, промислової переробки, торгівлі, а також включало структурні одиниці з транспортування та зберігання продукції.

Слід зазначити, що регіональний оптовий ринок плодоовочевої продукції – повинен стати цивілізованим місцем зустрічі попиту та пропозиції, формування реальної ціни та ефективного товароруху. Основною особливістю є те, що на пропонованому ринку здійснюватиметься торгівля великими партіями продукції між суб'єктами господарювання не для власного споживання, а для подальшого її продажу кінцевому споживачу через роздрібну торгівлю або для виробничого чи іншого використання.

Оптовий ринок має велику площу та розвинену інфраструктуру, яку формують обслуговуючі структури, споруди і будівлі, складські приміщення і сховища, торгові майданчики для торгівлі з автомобілів і павільйони, обладнання, транспорт, під'їзні та внутрішні шляхи, засобів зв'язку тощо. До основних функцій оптового ринку плодоовочевої продукції слід віднести: проведення оптових аукціонних торгів; контроль якості продукції, що реалізується; інформування учасників ринку щодо стану попиту й пропозиції, рівню цін; забезпечення контрольно-вимірювальним обладнанням; надання транспортних, соціально-побутових послуг; організація охорони та протипожежної безпеки [291, С. 78-79]. Крім того, ринок надає послуги з фасування, пакування, калібрування плодоовочевої продукції. Рекомендований перелік основних операцій, що виконуються на такому ринку, наведений на рисунку 3.9.

Саме на таких ринках формуються великі партії товару для забезпечення наявного попиту. Слід зазначити, що оптовий ринок плодоовочевої продукції розглядається не як місце торгівлі, а як регіональний аграрно-маркетинговий центр, що, крім своїх основних функцій, виконують низку додаткових. Передусім, це пов'язано з інформаційним забезпеченням учасників ринку: збиранням, обробкою, аналізом інформації про попит, пропозицію, ціни на широку групу товарів. До того ж, на території аграрно-маркетингового центру виробники сільськогосподарської продукції матимуть змогу отримати інформацію про новітні технології виробництва, користуватися послугами дорадчих та консалтингових служб [305]. На таких ринках виробник зможе отримати замовлення на виробництво певного обсягу продукції, здійснити його

оформлення, податкові та банківські платежі, сформувати із дрібних оптові партії продукції для подальшого переміщення їх в інші регіони або за кордон.

Рис. 3.9. Операції, що виконуються на оптовому плодоовочевому ринку

Джерело: власна розробка

Виділяють оптові ринки виробничого та споживчого типу. Особливістю ринків виробничого призначення (фермерські ринки) є те, що вони формуються переважно у місцях інтенсивного вирощування овочів та фруктів. Головними завданням такого ринку є організація закупівлі продуктів у місцевих виробників [306]. На цих ринках відбувається сортування, пакування, комплектування продуктів для подальшого відправлення. Продукти з цього ринку потрапляють на гуртові ринки споживчого та мішаного типу, до фірм

типу cash&carry, на логістичні склади великих торгівельних мереж, на експорт та до переробної промисловості. Досить часто подібні ринки створюють з ініціативи виробників, місцевої влади, аграрних організацій. Ініціативи такого типу підтримують державні органи влади.

Оптові ринки споживчого призначення розташовуються поблизу великих міст, з метою забезпечення регіонального споживчого попиту. Асортимент продукти її переробки. Основним принципом організації є те, що кожне велике місто чи міська агломерація має тільки один оптовий ринок (у світі існує лише декілька винятків). Ринки цього типу створюються здебільшого з ініціативи місцевих органів влади та державних установ регіону. Від так, власником оптового ринку є місто, територіальна громада та комерційні суб'єкти [307].

Для Полтавської області, на нашу думку, доцільним є поєднання елементів споживчого та виробничого (фермерського) типу ринків. Ці ринки виникають у великих населених пунктах та міських агломераціях, переважно, з ініціативи місцевої влади. Власниками є органи місцевого самоврядування, центральні органи влади, оптові фірми, банки, фонди та ін. Часто це суб'єкти суспільно-приватного характеру. На такому ринку є визначене місце, для продажу безпосередньо з машин. Модель оптового ринку змішаного типу є найефективнішою формою інфраструктури для нашої країни, оскільки виробники сільськогосподарської продукції у переважній більшості неорганізовані. Проект організаційної структури оптового ринку наведено на рисунку 3.10.

Локальний оптовий плодоовочевий ринок повинен розміщуватися у місті Полтаві. Виконувані ним функції зумовлюють відповідну організаційну побудову, що включає сукупність служб транспортного, охороного, торгового, правового, цінового, страхового, банківського, інформаційного та іншого маркетингового забезпечення. У структурі оптового ринку, крім торговельного залу та мережі приміщень і споруд для доробки і забезпечення зберігання продукції (сховища, склади, сортувально-пакувальні лінії, обладнання для охолодження продукції тощо), доцільно створювати спеціальні підрозділи для

контролю за якістю реалізованої продукції, надання послуг із зберігання товарно-матеріальних цінностей, розповсюдження кон'юнктурної інформації щодо попиту і пропозиції продукції та рівня цін, організації охорони об'єктів оптових ринків. За необхідності доцільно створити спеціальні сервісні підрозділи: розрахунково-фінансовий, юридичний, консультаційний, готельний, сервісний тощо.

Така організаційна структура оптових ринків спроможна найбільш повно задовольнити потреби виробників продукції та її споживачів. Формування мережі місцевих, регіональних і міжрегіональних оптових ринків, які здійснюють постачання сільськогосподарської продукції та продовольства між регіонами і сприяють ефективному її просуванню до кінцевого споживача, є пріоритетним напрямом для налагодження стійких зв'язків між товаровиробниками та споживачами.

Створення регіонального оптового плодоовочевого ринку потрібно здійснювати у певній послідовності. На першому етапі доцільно сформувати сектори господарського та технічного забезпечення у складі торговельного майданчика (для проведення оптового і дрібно-оптового продаж), підрозділу транспортного забезпечення, складського господарства і холодильників, служби охорони, служби контролю якості продукції. Важливим є також побудова вагового та завантажувально-розвантажувального комплексу і створення служби замовлень для товаровиробників і покупців.

Також, паралельно формуються адміністративний сектор та сектори фінансового забезпечення та контролю, що включає планово-фінансову службу, банківські послуги тощо, а також – відділ маркетингу та інформаційного забезпечення у складі секторів: маркетингових досліджень, товарного асортименту, цінового моніторингу, логістичного центру.

На другому етапі доцільно розширювати оптову торгову мережу, шляхом створення філій регіонального плодоовочевого ринку, які повинні знаходитися в північній та південній частині області, зокрема в містах Кременчук та Миргород.

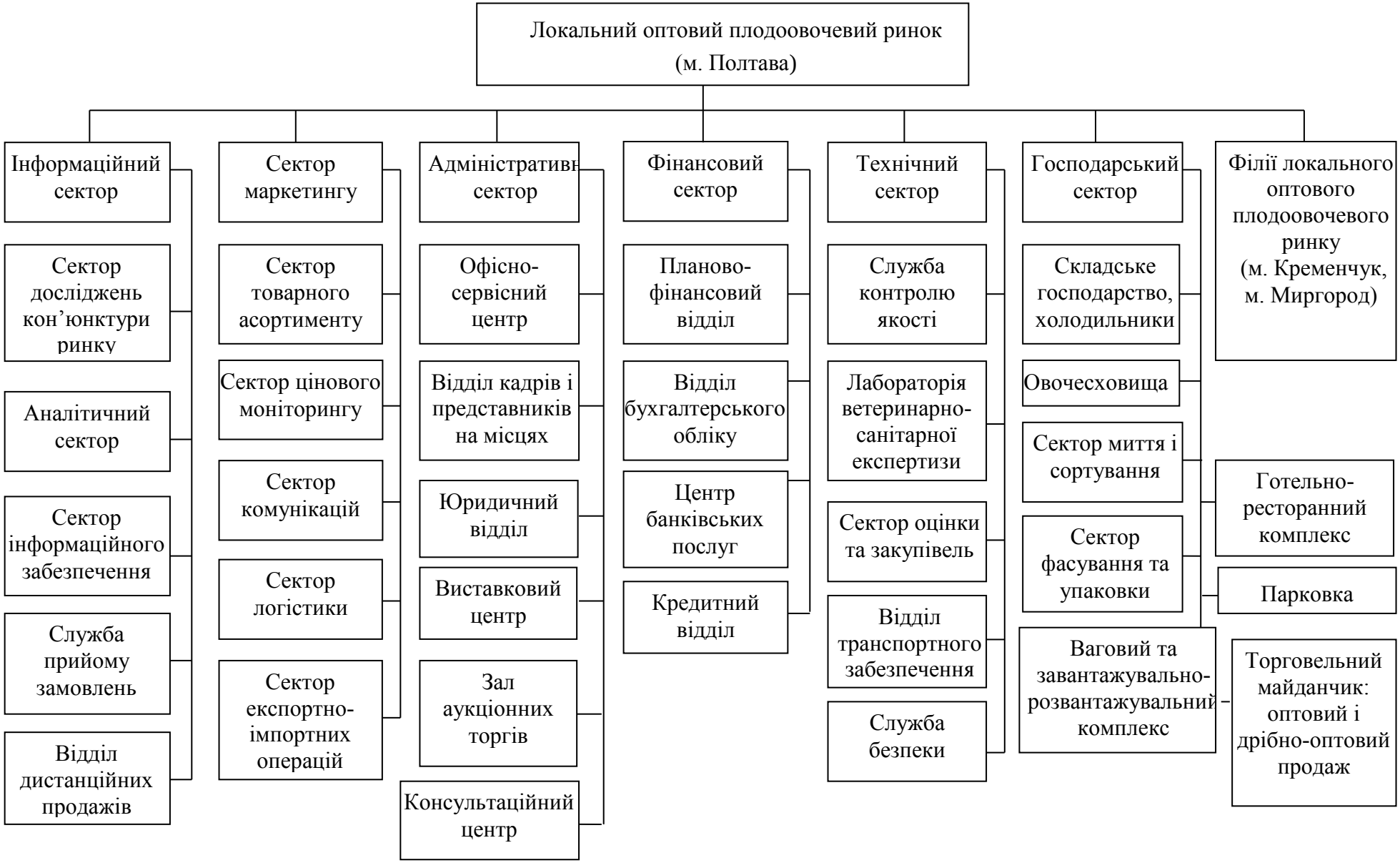


Рис. 3.10. Модель локального оптового плодоовочевого ринку

За необхідності та при розширенні торгівельної діяльності філії можуть відкриватися і в інших районих центрах та населених пунктах області.

З сектору маркетингу на другому етапі доцільно виділити як окремий – інформаційний відділ, до складу якого входять сектор дослідження кон'юнктури ринку, аналітичний відділ, службу формування замовлень та відділ дистанційних продажів. Водночас розширення служб оптового ринку відбувається за рахунок відокремлення в самостійну структурну одиницю відділу кадрів та представників на місцях та побудова виставкового центру та залу для аукціонних торгів.

На третьому етапі необхідно завершити організаційне формування фінансового сектору за рахунок створення центру банківських послуг та відділу кредитного забезпечення. Відділ маркетингу можна доповнити відділом комунікацій та експортно-імпортних операцій.

Проведення всіх названих робіт необхідно здійснити в стислі терміни протягом 3 – 4 років. Для впорядкування і раціоналізації процесів формування оптового ринку у регіоні вважаємо за доцільне їх створення здійснювати на основі діючих плодоовочевих баз, холодильників і обладнання підприємств оптової торгівлі та інших організацій за умов активної підтримки місцевих органів державної виконавчої влади, які повинні передбачити відведення земельних ділянок для будівництво тощо. На рівні держави необхідно створити нормативно-правову основу для діяльності оптових ринків.

Формування системи оптових ринків сприятиме вирішенню проблеми забезпечення населення області плодоовочевою продукцією, сприятиме нарощуванню обсягів виробництва та здешевленню продукції для переробних підприємств, посиленні здорової конкуренції на споживчому ринку. Саме забезпечення контрольованості оптового ринку через вільний доступ всіма товаровиробниками і споживачами до інформації та торгів дозволяє повною мірою проявити переваги нових форм господарювання на засадах приватної власності. Виникнення ринку змішаного характеру

стимулюватиме виробників організовуватись у групи та інші організації, які дозволять здійснювати реалізацію більш ефективно та рентабельно.

Формування ефективної інфраструктури сприятиме швидкому просуванню продукції до споживачів, посиленню конкурентної боротьби на споживчому ринку і поліпшать соціально-економічну ситуацію у регіоні. Вигідне створення мережі оптових ринків і для держави. Це забезпечить прозорість ринку, контроль за цінами, наповнення бюджету та оптимізацію видатків, створення нових робочих місць і, як наслідок, підвищення рівня життя населення. Через такі ринки органи місцевої влади забезпечать реалізацію політики врівноваженого розвитку роздрібної торгівлі та місцевого виробництва. За допомогою державних і місцевих контрольних органів можна здійснювати моніторинг якості продукції, цін, обсягів продажу. Отже, оптовий ринок – це саме той економічно-соціальний важіль, що дозволить зменшити рівень інфляції та створити стабільні робочі місця, а відтак – зменшити соціальну напругу у регіоні.

Висновки до розділу 3

1. Споживачі з вищими рівнями доходів віддають перевагу супермаркетам, де їх якість вище, а асортимент ширше, ніж у звичайних магазинах. У ході дослідження виявлено, що 52,0% покупців супермаркетів зазначили, що основним регулярним місцем купівлі плодоовочевої продукції поза сезоном вирощування (протягом листопада-травня) є плодоовочеві секції торгових мереж і лише 23,0% купують овочі і фрукти в цей час на ринках. Зворотна тенденція спостерігається у сезон масового вирощування – 55,0% опитаних регулярно купують овочі та фрукти на ринках і лише 16,0% – у місцевих продуктових мережах. Крім того, 16,0% опитаних вказали на спеціалізовані плодоовочеві магазини та кіоски як основне місце купівлі овочевої продукції поза сезоном її виробництва. При цьому, 78,0% опитаних, відзначають незадоволеність якістю пропонованої на ринку продукції. Вимоги, які споживачі висувають до плодоовочевої продукції, залежать від конкретного її виду: зокрема, переважна більшість споживачів – 62,0% зазначають, що готові сплачувати вищу ціну ніж на споживчому ринку за продукцію гарантованої якості – 42,0%, помитої та відсортованої – по 14,0%. Слід відмітити, що 30,0% опитаних бажають купувати упаковану плодоовочеву продукцію: 37,0% – у сітках, 23,0% – по штучно, 21,0% – у пластиковій упаковці, 19,0% – у картонних ящиках.

2. Виробникам плодів та овочів необхідно створювати власну ефективну систему оптової торгівлі на основі об’єднання господарств у збутові кооперативи, що дозволить їм залишати у себе значну частку оптової націнки (до 60-70%) та знижувати ціну реалізації продукції. Перспективним заходом може бути форма реалізації плодоовочевої продукції при якій дистриб’ютор (компанія) здійснює оптову закупку у кооперативах.

3. За результатами оптимізації товарного виробництва овочів по ґрунтово-кліматичних районах області з урахуванням мінімально-необхідних обсягів споживання виявлено надлишок, відносно потреб населення, по

таким видам овочевої продукції: огіркам у розмірі – 397,3; столових буряках – 404,1; моркві – 345,3; цибулі – 250,5 тис. ц. При цьому спостерігається нестача 2226,0 тис. ц помідорів та 384,6 тис. ц капусти, потребу в якій пропонуємо забезпечити постачанням продукції з сусідніх районів. А надлишкові об'єми виробництва овочів, вважаємо за доцільне, реалізовувати у сусідні області або експортувати.

4. Тенденція зростання обсягів товарного виробництва плодів і овочів має зберігатись і в найближчу перспективу, так як їх ринок в Полтавській області ще не насичений. Ця галузь може бути рентабельною навіть і при надвиробництві.

Згідно оптимального плану забезпечення населення плодоовочевою продукцією найбільш перспективними можуть бути логістичні розподільчі центри ринкового економічного простору: м. Лубни, м. Миргород, м. Полтава, м. Кременчук. Обсяги виробництва овочів, що реалізуються навколо цих центрів є найбільшими, а ринки збуту в зазначених місцях мають найбільшу місткість. Зручність у плані логістики тут надає також розвинене транспортне сполучення. Побудова мережі логістичних розподільчих центрів плодоовочевої продукції дозволить суттєво зменшити витрати, що виникають у процесі доведення товарів від виробників до споживачів, а через них і на кінцеву вартість реалізованого продукту.

5. Нагальною потребою розбудови плодоовочевої інфраструктури Полтавської області має стати створення оптового ринку. Це дозволить: оптимізувати канали руху продукції від виробника до переробних підприємств та інших споживачів; підвищити конкурентоспроможність вітчизняних товаровиробників; утворити ефективне ринкове середовище для реалізації плодоовочевої продукції; сформувати механізм прозорого ціноутворення з урахуванням попиту і пропозиції; створити систему прогнозованого виробництва та збуту; сприятиме розширенню експортного потенціал регіону.

ВИСНОВКИ

У дисертації представлено нове вирішення наукової проблеми забезпечення населення плодоовочевою продукцією у достатньому обсязі та її ефективному перерозподілі. Дана оцінка та виявлені можливості виробничого потенціалу Полтавської області, а також визначені перспективні напрями формування та забезпечення ефективного функціонування ринку плодоовочевої продукції. Результати дисертаційного дослідження дозволили сформулювати наступні висновки та пропозиції, які мають теоретико-методологічне та практичне значення:

1. Споживчий ринок плодоовочевої продукції, за предметно-функціональним і географічним і структурним аспектами є самостійним. Підставою для цього є відокремлені масштаби виробництва – значні загальні обсяги виробленої продукції та участь в цьому процесі всього територіального простору країни. Специфіка ринку товарної продукції плодів та овочів має певні споживчі властивості. Вона пов’язана із термінами реалізації цих продуктів починаючи з виробництва овочів і закінчуючи поставкою до кінцевих споживачів, товароруху, комунікації, цінової політики, продажу, після продажного обслуговування клієнтів.

2. Єдиних і чітких алгоритмів оцінки функціонування плодоовочевого ринку не існує. Запропонований комплексний методичний підхід до оцінки ринку плодоовочевої продукції включає дослідження його структурних характеристик, аналіз основних параметрів ринку (попиту, пропозиції, ціни) та умов їх оптимального співвідношення, оцінку ринкової кон’юнктури, визначення місткості ринку та його сегментування, дослідження конкурентів та розрахунок рівня залежності від зовнішніх ринків.

3. Виявлено, що 56 % опитаних споживачів плодоовочевої продукції надають перевагу помідорам, моркві, цибулі, буряку, капусті («борщовий набір»). За видовим складом фруктів, близько половини опитаних віддали свої смакові переваги споживанню яблук. У структурі плодово-ягідних

продуктів частка споживання кісточкових порід, зокрема – черешні, абрикосу, персика становить 23,0 % та ягід – 17,0 %. Низький рівень доходів населення – 37 % опитаних респондентів обумовлює купівлю фруктів і овочів на місцевих ринках. При цьому 78 % опитаних незадоволені якістю пропонованої на ринку продукції. Споживачі готові платити вищу ціну за продукцію гарантованої якості.

4. Споживачі з вищими рівнями доходів віддають перевагу супермаркетам, де їх якість вища, а асортимент ширший ніж на придорожніх і стихійних ринках чи у невеликих продовольчих магазинах. У ході дослідження виявлено, що 52,0 % покупців супермаркетів зазначили, що основним регулярним місцем купівлі плодоовочевої продукції поза сезоном вирощування (протягом листопада-травня) є плодоовочеві секції торгових мереж і лише 23,0 % купують овочі і фрукти в цей час на ринках. Зворотна тенденція спостерігається у сезон масового вирощування – 55,0 % опитаних регулярно купують овочі та фрукти на ринках і лише 16,0 % – у місцевих продуктових мережах. Крім того, 16,0 % опитаних вказали на спеціалізовані плодоовочеві магазини та кіоски як основне місце купівлі овочевої продукції поза сезоном її виробництва. При цьому, 78,0% опитаних, відзначають незадоволеність якістю пропонованої на ринку продукції. Вимоги, які споживачі висувають до плодоовочевої продукції, залежать від конкретного її виду: зокрема, переважна більшість споживачів – 62,0 % зазначають, що готові сплачувати вищу ціну ніж на споживчому ринку за продукцію гарантованої якості – 42,0 %, помитої та відсортованої – по 14,0 %. Слід відмітити, що 30,0 % опитаних бажають купувати упаковану плодоовочеву продукцію: 37,0 % – у сітках, 23,0 % – по штучно, 21,0 % – у пластиковій упаковці, 19,0 % – у картонних ящиках.

5. За результатами оптимізації товарного виробництва овочів по ґрунтово-кліматичних районах області з урахуванням мінімально-необхідних обсягів споживання виявлено надлишок, відносно потреб населення, по таким видам овочевої продукції: огіркам у розмірі – 397,3; столових буряках

– 404,1; моркві – 345,3; цибулі – 250,5 тис. ц. При цьому спостерігається нестача 2226,0 тис. ц помідорів та 384,6 тис. ц капусти, потребу в якій пропонуємо забезпечити постачанням продукції з сусідніх районів. Надлишкові об’єми виробництва овочів, вважаємо за доцільне, реалізовувати у сусідні області або експортувати.

6. Тенденція зростання обсягів товарного виробництва плодів і овочів має зберігатись і в найближчу перспективу, так як їх ринок в Полтавській області ще не насичений. Ця галузь може бути рентабельною навіть при надвиробництві. Згідно оптимального плану забезпечення населення плодоовочевою продукцією найбільш перспективним заходом є створення логістичних розподільчих центрів ринкового економічного простору у м. Лубни, м. Миргороді, м. Полтаві, м. Кременчуці. Обсяги виробництва овочів, що реалізуються навколо цих центрів є найбільшими, а ринки збуту в зазначених місцях мають найбільшу місткість. Зручність у плані логістики тут надає також розвинене транспортне сполучення. Побудова мережі логістичних розподільчих центрів плодоовочевої продукції дозволить суттєво зменшити витрати, що виникають у процесі доведення товарів від виробників до споживачів, а через них і на кінцеву вартість реалізованого продукту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ринок продовольства / за ред. П.Т. Саблука, В.І. Бойка. – К.: Віола, 1996. – 278 с.

2. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції: практ. посіб. / за ред. П.Т. Саблука. – К.: ІАЕ, 2000. – 536 с.

3. Смит А. Исследование о природе и причинах багатства народов / А. Смит. – М.: 1962. – 960 с.

4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: ИМА-Крос Плюс, 1995. – 699 с.

5. Андрусенко Г.О. Основи маркетингу / Г.О. Андрусенко. – К.: Урожай, 1995. – 176 с.

6. Рыночная экономика в 15 книгах / Харалд Войе, Уве Якобсен. Маркетинг 1. Кн. 1. – М.: Внешторгиздат, 1991. – 287 с.

7. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. I. Книга I. Процесс воспроизводства капитала. Всеобщая формула капитала / Под. ред. Ф. Энгельса. – Полн. собр. соч. – М.: Гос. изд.-во полит. лит-ры. – издание второе, 1960. – т .23. – 907 с.

8. Маркс К. Политэкономия / К. Маркс, Ф. Энгельс. Полн. собр. соч. – М.: Гос. изд-во полит. лит-ры. – издание второе, 1961. – Т. 20. – 827 с.

9. Carlson A. Agricultural and Environmental Resource Economics / A. Carlson, D. Ziberman, D. Miranowski / Edited by Gerald. – New York. Oxford.: Oxford University Press, 1993. – 335 p.

10. McDonald M. The Marketing Audit. Translating Marketing Theory into Practice / M. McDonald, J. Leppard. – Oxford.: Butterworth - Heinemann., 1991. – P. 45-64.

11. Самуельсон П. Макроекономіка / П. Самуельсон, В. Нордгауз. – К.: Основи, 1995. – 574 с.

12. Макконел К.Р. Економика: принципы, проблемы и политики / К.Р. Макконел, С.Л. Брю. – 2-ое изд. – К.: Хагар-Данх, 1993. – 785 с.

13. Хайек Фридрих А. Индивидуальный и экономический порядок / А. Хайек Фридрих. – М.: Изограф, Начала-Фонд, 2001. – 256 с.

14. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.3 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.), та ін. – К.: Видавничий центр "Академія", 2002. – 954 с.

15. Фінансовий словник-довідник / М.Я. Дем'яненко, Ю.Я. Лузан, П.Т. Саблук, В.М. Скупий та ін.; За ред. М.Я. Дем'яненка. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 555 с.

16. Рабштина В. М. Основи маркетингу в галузях АПК / В.М. Рабштина, В.В.Писаренко, Х.З. Махмудов. – Дніпропетровськ: Зоря, 2002. – 412 с.

17. Коноплицький В. Это бизнес: Толковый словарь экономических терминов / В. Коноплицький, А. Филина. – К.: АЛЬТЕРПРЕС, 1996. – 447 с.

18. Рыночная экономика: 200 терминов / Под общ. ред. Г.Я. Кипермана. – М.: Политиздат, 1991. – 224 с.

19. Аграрная экономика: Ученик / Под ред. М.Н. Малыша. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Издательство «Лань», 2002. – 688 с.

20. Бєляєв О.О. Політична економія: Навч. посібник / О.О. Бєляєв, А.С. Бебело. – К.: КНЕУ, 2001. – 328 с.

21. Гальчинський А.С. Основи економічних знань / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. Навч. посіб. – К.: Вища шк., 1998. – 544 с.

22. Ковальчук В.М. Загальна теорія економіки / В.М. Ковальчук. Навчальний посібник. – Тернопіль: ТАНГ – «Астон», 1998. – 327 с.

23. Курс экономики: Учебник / Под ред. Б.А. Райзберга. – 2-е изд., доп. – М.: ИНФА-М, 1999. – 716 с.

24. Мікроекономіка: Навчальний посібник / В.О. Корнівська, В.І. Мельникова, О.П. Мельникова, В.Г. Яременко. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 400 с.

25. Мочерний С.В., Устенко О.А. Основи економічної теорії / С.В. Мочерний, О.А. Устенко. – Навчальний посібник. – Тернопіль, «Астон». 2001. – 507 с.

26. Основи економічної теорії / За ред. С.В. Мочерного. – К.: Видавничий центр «Академія», 1998. – 464 с.

27. Рабштина В.М. Мікроекономіка / В.М. Рабштина, С.П. Ярошенко. – Суми: «Слобожанщина», 1998. – 292 с.

28. Чепінога В.Г. Основи економічної теорії / В.Г. Чепінога. – Навч. посіб. – К.: Юрінком Інтер, 2003. – 456 с.

29. Макконел Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / Макконел Р. Кэмпбелл, Брю Л. Стэнли. – К.: Хгар – Демос, 1993. – 785 с.

30. Посібник по реформуванню сільськогосподарських та переробних підприємств. 2-ге доп. видання / За ред. П.Т Саблука, В.Я. Месель-Веселяка. – К.: Інститут аграрної економіки УААН, 2000. – 634 с.

31. Шпичак О.М. Становлення та розвиток досліджень з проблем собівартості, цін та рентабельності / Л.М. Шпичак. – К.: Інститут аграрної економіки УААН, 1996. – 56 с.

32. Осташко Т.О. Ринкова трансформація аграрного сектора / Т.О. Осташко – К.: Фенікс, 2004. – 280 с.

33. Коваленко Ю.С. Сільськогосподарські підприємства в ринковому середовищі / Ю.С. Коваленко. – К.:ІАЕ УААН, 2000. – 204 с.

34. Левківська Л.М. Теоретичні засади формування інфраструктури аграрного ринку / / Вісник Львівського державного аграрного університету. – 2002. – №9. – С. 415-420.

35. Климко Г.Н. Основи економічної теорії / Г.Н. Климко, В.П. Нестеренко, Л.О. Каніщенко. – К.: Вища шк., 1997. - 743 с.

36. Рабинович И.А. Маркетинг в коммерческой деятельности / И.А. Рабинович. – Одесса: Интмар, 1993. – 248 с.

37. Балюк С.А. Пріоритетні напрями розвитку овочівництва і баштанництва в Україні / С.А. Балюк, М.В. Лісовий, М.А. Захарова, О.В. Анісімова, О.Д. Вітанов, В.П. Рудь, О.О. Кіях // Вісник аграрно науки. – 2012. – травень. – С. 7-10.

38. Стройко Т. Регіональні тенденці розвитку виробництва овочів / Т. Стройко, І. Лесік // Економіст. – 2012. – №2. – С. 37-39.

39. Андрійчук В.Г. Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції: теоретико – методологічний аспект / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 29-35.

40. Амбросов В.Я. Трансформаційні процеси в аграрній сфері регіону // Економіка України, 2003. – №8. – С. 66-72.

41. Копитець Н.Г. Сутність і значення інфраструктури аграрного ринку / Н.Г. Копитець // Економіка АПК. – 2008. – №12. – С. 121-122.

42. Ринкова трансформація економіки АПК: кол. Монографія у чотирьох частинах / За ред. П.Т. Саблука, В.Я. Амбросова, Г.Є. Мазнева. – Ч.1. – Соціально-економічні проблеми розвитку села. – К.: IAE, 2002. – 571 с.

43. Діхтяр В. Овочі: теоретичні основи та особливості ринку / В. Діхтяр // Агро Перспектива. – 2010. – №11. – С. 52-55.

44. Атамась Г.П. Теоретико-методологічні основи розвитку регіонального овочевого ринку / Г.П. Атамась // Держава та регіони. – 2006. – №6. – С. 23-25.

45. Чернецький В.М. Оптимізація галузі овочівництва в Україні / В.М. Чернецький // Вісник аграрної науки. – 2010. – березень. – С. 20-22.

46. Янковський В.Т. Розвиток інтеграційних процесів у овочевому підкомплексі / В.Т. Янковський // Агросвіт. – 2012. – №22. – С. 70-73.

47. Кравченко В.А. Перспективи розвитку галузі овочівництва в Україні / В.А. Кравченко // Вісник аграрної науки. – 2011. – травень. – С. 18-21.

48. Збарська А. Інтенсивне вирощування овочів у малих сільськогосподарських підприємствах / А. Збарська // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2012. – №4 [301]. – С. 32-35.

49. Руденко Н. Ціна впливає на привабливість овоча / Н. Руденко // Агро Перспектива. – 2010. – № 11. – С. 48-51.

50. Барабаш О.Ю. Потенційні можливості овочівництва в Україні / О.Ю. Барабаш, І.І. Дуич // Вісник аграрної науки. – 2011. – лютий. – С. 17-19.

51. Одношевна О.О. Підвищення ефективності виробництва плодів / О.О. Одношевна // Економіка АПК. – 2011. – №13-14 (липень). – С. 62-66.

52. Бачуріна І.В. Тенденції споживання свіжої та переробленої плодоовочевої продукціїї у світі та в Україні / І.В. Бачуріна, Т.А. Капустіна // Економіка АПК. – 2008. – №2. – С. 146-152.

53. Гладій Н.В. Нарощування промислової переробки плодоовочевої продукції для цілорічного забезпечення населення / Н.В. Гладій // Економіка АПК. – 2006. – №8. – С. 64-69.

54. Артюх Т.О. Особливості маркетингових досліджень на ринку овочевої продукції / Т.О. Артюх // Економіка АПК. – 2008. – №8. – С. 122-126.

55. Писаренко В.В. Розвиток експорту плодоовочевої консервної продукції з України / В.В. Писаренко, В.І. Даниленко // Економіка АПК. – 2007. – №12. – С. 118-121.

56. Кондратенко П.В. Оцінка продовольчого забезпечення населення України плодами та ягодами / П.В. Кондратенко, І.А. Сало // Вісник аграрної науки. – 2010. – серпень. – С.68-71.

57. Тимофеева В.А. Товароведение продовольственных товаров / В.А. Тимофеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 448 с.

58. Бексеев Ш.Г. Овощные культуры мира. Энциклопедия огородничества. - С.Пб.: Диля, 1998. - 512 с.

59. Овощеводство / В.Д. Мухин, Г.И. Тараканов, К.А. Шуин и др. / Под ред. В.Д. Мухина и Г.И. Тараканова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Колос, 2002. – 472 с.

60. Васько Н.А. Ринок плодоовочевої продукції: стан та основні напрями подальшого розвитку / Н.А. Васько // Вісник Степу. Науковий збірник. Вип. 3. – Кіровоград: Видавництво ПП «Ліра ЛТД». – 2006. – С.116-119.

61. Плугатарьова Т.І. Інтенсифікація овочівництва як вимога продовольчої безпеки / Т.І. Плугатарьова // Економіка АПК. – 2012. – №4. – С. 166-169.

62. Білоткач І.А. Основи товарознавства овочевої продукції / І.А. Білоткач // Держава та регіони. – 2006. – №6. – С. 34-37.

63. Яковенко К.І. Особливості розвитку товарного овочівництва в умовах перехідної економіки / К.І. Яковенко, В.П. Рудь // Економіка АПК. – 2001. – №2. – С. 90-94.

64. Білоткач І.А. Основи товарознавства овочевої продукції / І.А. Білоткач // Держава та регіони. – 2006. – №6. – С. 34-37.

65. Капустіна Т.А. Аналіз конкурентоспроможності підприємства-переробника плодоовочевої продукції (на прикладі ТОВ АПК"Солоха") / Т.А. Капустіна // Держава та регіони. – 2007. – №2. – С. 119-123.

66. Кучеренко Т. Внешняя торговля овощами / Т. Кучеренко // Овощеводство. – 2012. – №7. – С.72-75.

67. Уланчук В.С. Споживчий ринок плодоягідної продукції: стан та перспективи розвитку / В.С. Уланчук, Г.Ю. Аніщенко // Вісник економічної науки України. – 2011. – №1. – С. 156-161.

68. Вернигора М. Укранський кооператор на шляху до супермаркету / Вернигора М. // Земельний інвестиційний вісник Украни. – 2011. – травень. – С. 36-38.

69. Рудь В. Овочепродуктовий підкомплекс. Питання росту / Рудь В. // Агро Перспектива. – 2010. – №4. – С. 42-44.

70. Сало І.А. Огляд ринку переробної плодоягідної продукції в Україні / І.А. Сало // Вісник аграрної науки. – 2009. – квітень. – С. 65-67.

71. Збарський В.К. Участь селянських господарств у процесах кооперації та агропромислової ін теграції / В.К. Збарський // Економіка АПК. – 2011. – №12. – С. 87-93.

72. Бутко М.П. Досвід розвинутих країн та можливості його застосування в Україні щодо каналів збуту плодоовочевої продукції для фермерів / М.П. Бутко, В.В. Бачуріна // Економіка АПК. – 2008. – №13. – С. 4-8.

73. Порецька І. Овочевий дефіцит? / І. Порецька // Агро Перспектива. – 2007. – №9. – С. 20-21.

74. Дудар Т.Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи / Т.Г. Дудар, В.Т. Дудар. – Монографія – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 246 с.

75. Писаренко В.В. Маркетинг овочевої продукції (методичні та практичні аспекти): Монографія / В.В. Писаренко. – Полтава: ФОП Говоров С.В., 2008. – 304 с.

76. Демченко Р. Ринок овочів та баштанних культур / Р. Демченко, А. Шумейко // Пропозиція. – 2006. – №12. – С. 41-45.

77. Шпикуляк О.Г. Проблеми розвитку та регулювання аграрного ринку / О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2009. – №7. – С. 120-128.

78. Яснолоб І.О. Адаптація зарубіжного досвіду при формуванні оптових ринків плодоовочевої продукції / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 2. – Т. 1. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2011. – С. 317-322.

79. Котовенко М.А. Інструменти регулювання аграрного ринку / М.А. Котовенко // Економіка та держава. – 2007. – №10. – С. 98-100.

80. Чайка Т.О. Роль логістики в організації процесу реалізації на сільськогосподарських підприємствах / Т.О. Чайка, І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Спецвипуск 2015 року. – Полтава: ПДАА. – 2015. – С. 330-340.

81. Руденко Н. Ціна впливає на привабливість овоча / Н. Руденко // Агро Перспектива. – 2010. – №11. – С. 48-51.

82. Діхтяр В. Овочі: теоретичні основи та особливості ринку / В. Діхтяр // Агро Перспектива. – 2010. – №11. – С. 52-55.

83. Писаренко В.В. Маркетинг овощной продукции, (методические и практические аспекты): Рынок овощной продукции: конъюнктура, субъекты [Елентронный ресурс]. – Режим доступу: http://www.agromage.com/stat_id.

84. Березін О.В. Інфраструктура ринку аграрної продукції в Полтавській області / О.В. Березін, М.В. Мокляк // Економіка АПК. – 2011. – №4. – С. 45-51.

85. Батигіна О. Основні етапи становлення законодавства про оптовий ринок сільськогосподарської продукції в сучасній Україні / О. Батигіна // Аграрне право. – 2010. – №5. – С. 31-34.

86. Латинін М. Державне регулювання розвитку аграрного ринку в Україні / М. Латинін // Вісник Національної академії державного управління. – 2008. – №4. – С. 162-169.

87. Сіленков Б.В. Організаційно-економічний механізм реалізації стратегії розвитку аграрних підприємств / Б.В. Сіленков // Агросвіт. – 2008. – №18. – С. 28-32.

88. Трачова Д.М. Ефективність впровадження передових технологій вирощування овочів / Д.М. Трачова // Держава та регіони. – 2006. – №2. – С. 261-264.

89. Малюга Л.М. Організаційно-економічний механізм стимулювання інноваційної діяльності в АПК / Л.М. Малюга, А.С. Музиченко // Економіка АПК. – 2009. – №11. – С. 38-43.

90. Волощук Ю.О. Формування та функціонування регіонального ринку плодоовочевої продукції / Ю.О. Волощук // Економіка АПК. – 2011. – №11. – С. 40-44.

91. Поліщук О.О. Ефективність виробництва овочів у сільськогосподарських підприємствах / О.О. Поліщук // Економіка АПК. – 2011. – №4. – С.107-113.

92. Бачуріна І.В. Плодоовочева галузь України: регіональні виклики / І.Б. Бачуріна, М.П. Бутко // Регіональна економіка. – 2009. – №3. – С. 59-66.

93. Зінченко С. Від пункту А до пункту Б: [Логістика в агробізнесі] / С. Зінченко // Агро Перспектива. – 2012. – №1. – С. 83-86.

94. Заходим М.В. Економічний механізм забезпечення виробництва конкурентоспроможної продукції молокопереробних підприємств / М.В. Заходим // Економіка АПК. – 2011. – №4. – С. 26-32.

95. Сало І.А. Особливості ціноутворення на ринку плодів та ягід / І.А. Сало // Економіка АПК. – 2009. – №10. – С. 82-87.

96. Сало І.А. Торгівля плодами та ягодами в Україні / І.А. Сало // Вісник аграрної науки. – 2008. – №10. – С. 67-69.

97. Хорунжий М.Й. Проблеми ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / М.Й. Хорунжий // Економіка АПК. – 2011. – №1. – С. 57-61.

98. Кашуба Ю.П. Регіональні оптові ринки сільськогосподарської продукції / Ю.П. Кашуба // Економіка АПК. – 2012. – №2. – С. 57-61.

99. Кирилюк Є.М. Проблемні аспекти функціонування інфраструктури аграрного ринку / Є.М. Кирилюк // Агроінком. – 2008. – №5-6. – С.3-9.

100. Білик Ю.Д. Становлення і розвиток сучасного продовольчого ринку в Україні / Ю.Д. Білик // Формування та розвиток аграрного ринку: зб. наук. праць – К.: ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2004. – С. 177-189.

101. Іртищева І.О. Інфрастуктурне забезпечення становлення органічного сектора агробізнесу / І.О. Іртищева, Є.О. Бойко, Т.В. Стройко // Економіка та держава. – 2012. - №6. – с. 15-18.

102. Пуцентайло П.Р. Формування і розвиток інфраструктури аграрного ринку / П.Р. Пуцентайло // Агроінком. – 2008. – №1-2. – С.9-11.

103. Буряк Р.І. Організаційно-економічний механізм забезпечення якості продукції птахівництва у США / Р.І. Буряк // Агросвіт. – 2012. – №1 (110). – С. 24-26.

104. Калетнік Г.М. Роль інфраструктури аграрного ринку в ціноутворенні на сільськогосподарську продукцію / Г.М. Калетнік, Г.О. Пчелянська // Економіка АПК. – 2010. – №3. – С. 21-25.

105. Коваленко Ю.С. Аграрний ринок України: організація та управління / Ю. С. Коваленко. – К.: ІАЕ УААН, 1998. – 108 с.

106. Кузин В.Н. Рынок и человек / В.Н. Кузин. – М.: Знание, 1991. – 64 с.

107. Бурковська А.В. Щодо економічної сутності ринку, проблем його розвитку та основних напрямків вирішення / А.В. Бурковська // Вісник Харк. нац. техн. ун-ту сільського господарства. Випуск 30. – Х.: ХНТУСГ. – 2004. – С. 276-231.

108. Коваленко Ю.С. Макроекономічний аналіз аграрного ринку України (науково-методичні рекомендації) / [Ю.С. Коваленко, І. В. Охріменко, І.М. Зеліско та ін.]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 82 с.

109. Шпичак О.М. Економічні механізми державного регулювання ринків сільськогосподарської продукції та їх проблеми / О.М. Шпичак // Економіка АПК. – 2011. – №2. – С. 150-155.

110. Макаренко В. Виробник, споживач, імпортер, експортер / В. Макаренко //Агро перспектива. – 2011. – №10. – С. 31-34.

111. Цибок В.О. Організаційно-економічний механізм державного регулювання АПК в умовах фінансової кризи / В.О. Цибок // Економіка АПК. – 2009. – №10. – С. 22-25.

112. Зінченко С. Шлях логістики: [Логістика в АПК] / С. Зінченко // Агро Перспектива. – 2011. – №2. – С. 83-86.

113. Лузан Ю.Я. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України: теоретико-методологічний аспект / Ю.Я. Лузан // Економіка АПК. – 2011. – №2. – С. 3-12.

114. Валентинов В.Л. Регулювання міжгалузевих відносин в системі аграрної політики / В.Л. Валентинов. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 330 с.

115. Корецький М.Х. Державне регулювання розвитку аграрної сфери економіки України: Моногр / М.Х. Корецький.– К., 2002. – 260 с.

116. Михасюк І. Державне регулювання економіки / І. Михасюк, А. Мельник, М. Крупка, З. Залога. – К.: Атіка, Ельга-Н, 2000. – 592 с.

117. Домбровська С.О. Удосконалення державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників зерна // Проблеми економіки агропромислового комплексу і формування його кадрового потенціалу: Кол. моногр.: У 2 т. / За ред. П.Т. Саблука, В.Я. Амбросова, Г.Є. Мазнєва. – К.: ІАЕ, 2000. – Т. 2. – С. 517-523.

118. Шевченко М.Н. Проблемы становления маркетинга в аграрном секторе экономики // Збірник наукових праць Луганського державного аграрного

університету / За ред. В.Г. Ткаченко. – Луганськ: Вид-во „Элтон”. – 2002. – №14 (26). – С.191-194.

119. Петти В. Экономические и статистические работы / В. Петти. – М.: Государственное социально-экономическое издательство, 1940. – 323 с.

120. Економіка України та шляхи її подальшого реформування. Матеріали Всеукраїнської наради економістів, 14-15 вересня 1995 р. – К.: Генеза, 1996. – 323 с.

121. Покрытан А.К. Рыночная трансформация и ее особенности в Украине // Формування ринкових відносин та проблеми їх відображення в курсах економічних дисциплін. Частина 1. / Під керівництвом академіка В.П. Бородатого. – Одеса: ІРЕНТ, 1997. – 444 с.

122. Трансформація моделі економіки України (ідеологія, протиріччя, перспективи) / В.М. Геєць, Б.Є. Кваснюк, М.І. Звєряков та інші / За ред. В.М. Гейця. – К.: Логос, 1999. – 500 с.

123. Яснолоб И.А. Формирование эффективной системы реализации плодоовощной продукции / И.А. Яснолоб // Научно-практический журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»: серия Экономика и право. – Выпуск №1-2. – 2014. – С. 36-38.

124. Економічна теорія: Підручник / За ред. В.М. Тарасевича. – К., 2006. – Гл. 2. – 268 с.

125. Запоточний І.В. Державне регулювання регіональної економіки / За заг. ред. проф. Захарченко В.І. – Харків-Львів-Одеса: ТОВ “Одісей”, 2003. – 592 с.

126. Яснолоб И.А. Исследования рынка плодоовощной продукции, как элемент повышения эффективности деятельности хозяйствующих субъектов / И.А. Яснолоб // Журнал «Новая экономика». – №1 (63). – 2014. – С. 115-121.

127. Яснолоб І.О. Актуальні проблеми розвитку кооперації на плодоовочевому ринку / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 1 (6). – Т. 2. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2013. – С. 339-345.

128. Демьяненко С. Общая аграрная политика ЕС: Сущность, тенденции и значение для Украины // Экономика управления АПК. – №3. – 2003. – С. 80-86.

129. Залога З., Галіней І. Державне регулювання аграрної сфери країн Європейського Союзу: еволюція і сучасність // Регіональна економіка. – 2003. – №3. – С. 162-169.

130. Барнабо А. Дотації – це гарантія, що держава не залишить фермера наодинці зі своїми проблемами [Електронний ресурс] / А. Барнабо // Пропозиція. – Режим доступу: http://www.propozitsiya.com.

131. Власов В. І. Підтримка сільгоспвиробників у зарубіжних країнах / В.І. Власов // Економіка АПК. – 2004. – №5. – С. 22-26.

132. Коваленко Ю.С. Світовий досвід розвитку державної політики щодо підтримки сільськогосподарського товаровиробника / Ю.С. Коваленко, І.В. Охріменко, М.І. Асаула, О.В. Демченко // Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку: Інформ.-аналіт. зб.: Вип. 5 / За ред. П.Т. Саблука [та ін.]. – К., 2002. – 647 с.

133. Ціхановська В.М. Фінансові аспекти державного регулювання аграрного виробництва в країнах світу / В.М. Ціхановська // Інноваційна економіка. – 2012. – №6. – С. 58-61.

134. Любченко О.М. Стратегічні напрямки підтримки виробників-експортерів продовольства / О.М. Любченко // Зб. наук. пр. ДонДУУ: Методи оновлення та механізми фінансового забезпечення розвитку підприємств : Сер.: Економіка. – Донецьк: ДонДУ. – 2004. – Т. 5. – Вип. 41. – С. 91-102.

135. Могильний О. Критерії ефективності державного регулювання аграрного сектора економіки / О. Могильний // Економіка України. – 2003. – №2. – С. 65-69.

136. Шпаар Д. Реформа Общей аграрной политики в Евросоюзе и ее последствия для ФРГ / Д. Шпаар, К. Беме // АПК: экономика, управление. – 2004. – №7. – С. 67-76.

137. Коуз Р.Г. Природа фирмы / Р.Г. Коуз // В сб. Вехи экономической мысли / Сост. и общ. ред. В.М. Гальперина. – Т. 2: Теория фирмы. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – С. 11-32.

138. Марченко М. Словник-довідник / М. Марченко. – К.: К.І.С., 2005. – 450. – с. 23.

139. Точилін В.О. Формування галузевих ринків України: перехідний період / В.О. Точилін. – К.: Фенікс, 2004. – 332 с.

140. Осташко Т.О. Ринкова трансформація аграрного сектора / Т.О. Осташко. – К.: Фенікс, 2004. – 279 с.

141. Хорунжий М.Й. Капіталізація сільського господарства та сучасна аграрна політика України / М.Й. Хорунжий // Економіка АПК. – 2006. – №7. – С. 64-67.

142. Черняков Б.А. Особенности аграрного законодательства США / Б.А. Черняков. // США, Канада: экономика, политика, культура. – 2004. – №7. – С. 111.

143. Коротенко Н.П. Порівняльна характеристика державного регулювання підприємництва в Україні та країнах ЄС / Н.П. Коротенко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №2. – С. 4-13.

144. Микитенко І. Державна підтримка і регулювання аграрних реформ за рубежем / І. Микитенко // Сільські обрії. – 1997. – №7. – С. 12-15.

145. Черняков Б.А. Роль и место сельскохозяйственных предприятий в аграрном секторе США / Б.А. Черняков // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2001. – №5. – С. 9-15.

146. Балян Ануш В. Наукове узагальнення зарубіжного досвіду в сільському господарстві. – Київ., ЗАТ "НІЧЛАВА". – 2000. – 221 с.

147. Геєць В.М. Перспективи аграрних трансформацій та їх вплив на розвиток подій в економіці України / В.М. Геєць // Економіка АПК. – 2009. – №7. – С.11-14.

148. Гребельник О. Удосконалення митно-тарифної системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні / О. Гребельник // Зовнішня торгівля: право та економіка. – К.: УАЗТ, 2003. – С. 45.

149. Зінчук Т. Аграрна політика країн ЦСЄ у контексті інтеграції до ЄС: реалії та перспективи для України / Т. Зінчук // Економіка України. – №4. – 2006. – С. 74-88.

150. Кобута І. Можливі наслідки розширення Європейського Союзу для агроторгівлі України / І. Кобута // Проект "Аграрна політика для людського розвитку". – №7 (травень). – Київ, 2004. – 13 с.

151. Конституційні акти Європейського Союзу / Ч.І.К., "Юстиніан", 2005. – 57 с.

152. Зінчук Т.О. Європейська інтеграція: проблеми адаптації аграрного сектора економіки: монографія / Т.О. Зінчук. – Житомир: ДВНЗ "Державний агроекологічний університет", 2008. – 384 с.

153. Бутыркин А.Я. Теория и практика антимонопольного регулирования в ведущих странах Запада и России. – М.: ООО «Новый век», 2004. – 88 с.

154. Урба С.І. Фінансово-кредитна підтримка аграрного сектора АПК / С.І. Урба // Вісник Львівського національного університету імені Івана Франка (Серія економічна). – Львів. – 2005. – Вип. 34. – С. 419-423.

155. Осташко Т.О. Сільське господарство України в умовах СОТ: аналітичні передбачення і практичні очікування / Т.О. Осташко // Економіка прогнозування. – 2005. – №10. – С.41-54.

156. Інформація щодо співробітництва України та ЄС в галузі АПК. – http://www.minagro.kiev.ua/page/8098.

157. Сеперович Н.А. Політика деяких країн у ціноутворенні на сільськогосподарську продукцію / Н.А. Сеперович // Пропозиція. – 2004. – №10. – С. 110-111.

158. Корецький М.Х. Державне регулювання аграрної сфери у ринковій економіці: Монографія / М.Х. Корецбкий. – К.: Вид-во УАДУ, 2002. – 260.

159. Кучуков Р.С. Ценообразование в АПК стран с развитой рыночной экономикой / Р.С. Кучуков // АПК: экономика и управление. – 2007. – №7. – С. 50-56.

160. Сало І.А. Кон'юнктура ринку плодів і ягід в Україні / І.А. Сало // Агроінком. – 2008. – №5-6. – С. 19-22.

161. Мащенко В.П. Ефективність маркетингової діяльності виробників плодоовочевої продукції в Україні / В.П. Мащенко // Економіка АПК. – 2009. – №21 (листопад). – С.24-26.

162. Супіханов Б.К. Розвиток ринків аграрної продукції: монографія / Б.К. Супіханов. – К. : ННЦ ІАЕ, 2009. – 538 с.

163. Кьостнер У. Основи аналізу аграрного ринку / У. Кьостнер. Наук. ред. пер. О. Нів'євський. – К.: Видавництво АДЕФ-Україна, 2012. – 486 с.

164. Супрун О.М. Економічне регулювання аграрного виробництва: монографія / О.М. Супрун. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 350 с.

165. Сталий розвиток та безпека агропродовольчої сфери України в умовах глобалізаційних викликів: монографія / О.І. Павлов, М.А. Хвесик, В.В. Юрчишин та ін.; за ред. О.І.Павлова. – Одеса: Астропринт, 2012. – 760 с.

166. Слащук А.М. Аграрний ринок як об'єкт вивчення суспільно-географічних наук / А.М. Слащук, Я.С. Лижник // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2011. – №9. – С. 67-69.

167. Burger H.-G., Rupalla R., Teutenberg H. (2012): Welternährung: welche Verantwortung hat Europa? / Hrsg.: DLG e.V. [Red./Lektorat: Hans-Georg Burger] Frankfurt, M., Band 106, 2012.

168. Косік А.Ф. Мікроекономіка: навч.посіб / А.Ф. Косік, Г.Е. Гронтковська. – К.: Центр навч. л-ри, 2004. – 416 с.

169. Маркс К. Сочинения: В 37 т. / К. Маркс К., Ф. Энгельс / Пер. с нем. 4-го изд. – М.: Гос. изд-во политич. лит-ры, 1960. – Т. 23. – 982 с.

170. Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика / С.Л. Брю, К.Р. Макконел. – В 2 т.: Пер. с англ. II-го изд. – М.: Республика, 1992. Т.1. – 399 с.

171. Басін В.С. Попит як основа формування товарної політики підприємства / В.С. Басін // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Ринкова трансформація економіки АПК. Випуск 32. – Х.: ХНТУСГ. – 2004. – С.123-125.

172. Економічний аналіз господарської діяльності / М.А. Болюх, В.І. Іващенко – К.: ЗАТ «НІЧЛАВА», 1999. – 204 с.

173. Розвиток секторів і товарних ринків України: НАН України, Ін-т екон. прогнозування / За ред. проф. В.О. Точиліна. – Ужгород: ІВА, 2001. – 400 с.

174. Ярцев І.Б. Дослідження еластичності попиту на продовольчі товари / І.Б. Ярцев // Економіка АПК. – 2004. – №11. – С.112-117.

175. Місюк М.В. Ринок продукції скотарства : монографія / М.В. Місюк – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 330 с.

176. Лебединська О. І. Сучасний стан овочівництва відкритого ґрунту в Україні / О.І. Лебединська // Проблеми ефективного функціонування АПК в умовах нових форм власності та господарювання: колект. монографія у 2-х т. – Т. 1 / За ред. П.Т. Саблука, В.Я. Амбросова, Г.Є. Мазнєва. – К.: ІАЕ, 2001. – С. 588-590.

177. Плодоовочевий ринок України : довідник. – Дніпропетровськ : ІА «АПК-Інформ», 2005. – 104 с.

178. Тітаренко О.М. Формування регіонального овочевого продуктового підкомплексу в умовах переходу до ринкових відносин / О.М. Тітаренко // Наукові доповіді Національного аграрного університету, 2006. – №1. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/Nd/2006-1/06tomtme.htm.

179. Яснолоб И.А. Роль государства и рынка в повышении конкурентоспособности плодоовощной продукции в экономически развитых странах / И.А. Яснолоб // Весник Курганской ГСХА. – №4. – 2014. – С. 9-12.

180. Мостенська Т.Л. Особливості формування попиту і пропозиції на ринку харчових продуктів / Т.Л. Мостенська // Економіка АПК. – 2003. – №1. – С.113-120.

181. Мармуль Л.О. Комунікаційна політика на ринку продукції плодоовочевої переробки / Л.О. Мармуль // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – №10 (89). – С.90-93.

182. Кеворков В.В. Практический маркетинг. Рабочая тетрадь руководителя / В.В. Кеворков. – М.: Дельта, 2011. – 148 с.

183. Рульєв В.А. Економічні проблеми розвитку садівництва України / В.А. Рульєв. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004. – 360 с.

184. Беренштейн Б.Л., Комарницька О.П. Формування аграрного ринку / Б.Л. Беренштейн, О.П. Комарницька // Економіка АПК. – 2008. – №2. – С. 98-103.

185. Маркетинг / Под. ред. Н.Д. Эриашвили. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 256 с.

186. Яснолоб І.О. Закордонний та вітчизняний досвід розвитку кооперації та інтеграції в овочепродуктовому підкомплексі / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 3. – Т. 1. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2011. – С. 307-312.

187. Піндайк Р.С. Мікроекономіка / Р.С. Піндайк, Д.Л. Рубінфелд. – К.: Основи, 1996. – 646 с.

188. Горобчук Т.Т. Мікроекономіка: Навчально-методичний посібник / Т.Т. Горобчук. – Київ: ЦУЛ, 2009. – 236 с.

189. Крупка М.І. Основи економічної теорії: Підручник / М.І. Крупка, П.І. Островерх, С.К. Реверчук. – К.: Атака, 2010. – 344 с.

190. Самуельсон П. Економіка: Підручник / П. Самуельсон. – Львів: Світ, 1993. – 496 с.

191. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств / В.Г. Андрыйчук. – Підручник. 2-ге вид., доп. і перероблене. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.

192. Курс экономики: Учебник / Под ред. Б.А. Райзберга. – 2-е изд., доп. – М.: ИНФА-М, 1999. – 716 с.

193. Міжнародний агробізнес: Навчальний посібник / За ред. І.Ю. Сіваченка. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 208 с.

194. Александров Д.А. Емкость рынка – некоторые вопросы методологии / Д.А. Александров, Т.В. Саблін, С.А. Щебланов. – Режим доступу: http://www.cfin.ru.

195. Аллавердян В.В. Как рассчитать емкость рынка? / В.В. Аллавердян. – Режим доступу: http://www.marketing.spb.ru

196. Болюх М.А. Збірник задач з курсу «Економічний аналіз»: Навч. Посібник / М.А. Болюх, М.І. Горбаток. – К.: КНЕУ, 2002. – 232 с.

197. Александров Д.А. Емкость рынка – некоторые вопросы методологии / Д.А. Александров, И.В. Лебедева, Т.В. Саблин, С.А. Щебланов // Практический маркетинг. – 2001. – №11. – С. 10.

198. Яснолоб І.О. Напрями удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування плодоовочевого ринку / І.О. Яснолоб // Матеріали конференції професорсько-викладацького складу за результатами науково-дослідної діяльності у 2013 році. Секція факультету економіки та менеджменту, 29-30 трав. 2013 р. / Полтавська державна аграрна академія. – Полтава: ПДАА, 2013. – С. 139-141.

199. Сало І.А. Основні методичні положення визначення конкурентоспроможності помологічних сортів ягідних культур / І.А. Сало // Економіка АПК. – 2006. – №3. – С. 82-85.

200. Яснолоб І.О. Закордонний та вітчизняний досвід розвитку кооперації та інтеграції в овочепродуктовому підкомплексі / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 3. – Т. 1. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2011. – С. 307-312.

201. Кузубов М.В. Аналіз і оцінка ситуації на ринку агропродовольчих товарів / М.В. Кузубов // Економіка АПК. – 2002. – №6. – С. 88-92.

202. Ушачев И.Г. Агропродовольственный комплекс России: проблемы и решения / И.Г. Ушачев // Економіка АПК. – 2003. – №3. – С. 3-19.

203. Горлачук М.А. Методологічний інструментарій оцінки функціонування аграрного ринку / М.А. Горлачук, О.А. Горлачук // Інноваційна економіка. – 2013. – №2 [40]. – С. 325-330.

204. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА – М, 2008. – 454 с.

205. Запоточний І.В. Державне регулювання регіональної економіки / За заг. ред. проф. Захарченко В.І. – Харків-Львів-Одеса: ТОВ "Одісей", 2003. – 592 с.

206. Яснолоб І.О. Ретроспективний аналіз формування плодоовочевого ринку Полтавської області / І.О. Яснолоб // Матеріали конференції професорсько-викладацького складу за результатами науково-дослідної діяльності у 2011 році. Секція факультету економіки та менеджменту, 15-16 травня 2012 р. / Полтавська державна аграрна академія. – Полтава: ПДАА, 2012. – С.143-144.

207. Дмитрійчук Г.П. Сучасний стан та перспективи розвитку овочівництва в Одеському регіоні / Г.П. Дмитрійчук // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 192, Т. 111. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський національний університет, 2004. – С. 688-693.

208. Статистичний щорічник Полтавської області за 2014 рік / За ред. Л.В. Калашник. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2013. – с. 404.

209. Статистичний щорічник Полтавської області за 2013 рік / За ред. Л.В. Калашник. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2012. – с. 404.

210. Сільське господарство області у 2012 році: статистичний збірник / За ред. Л.М. Безхлібняк. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2013. – с. 269.

211. Сільське господарство області у 2013 році: статистичний збірник / За ред. Л.М. Безхлібняк. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2014. – с. 269.

212. Барабаш О.Ю. Потенційні можливості овочівництва в Україні / О.Ю. Барабаш, І.І. Дудич // Вісник аграрної науки. – 2011. – лютий. – С. 17-19.

213. Рульєв В.А. Якою має бути стратегія розвитку галузі? / В.А. Рульєв // Сад, виноград і вино України. – 2007. – №3. – С. 4 – 6.

214. Програма розвитку садівництва України на період до 2025 року [Електронний ресурс]: наказ Міністерства аграрної політики України від 21.07.2008 р. №444/74. – Режим доступу: https:// http://www.uazakon.com.htm

215. Про державну підтримку розвитку садівництва, виноградарства, розсадництва та виноробної промисловості на період до 2025 року [Електронний ресурс]: постанова Кабінету Міністрів України від 04.04.1994 р. №220. – Режим доступу: https:// http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1021.4894.0

216. Про заходи щодо подальшого розвитку садівництва та городництва [Електронний ресурс]: Указ Президента України від 23.09.1999. №1204/99 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https:// http://zakon.rada.gov.ua

217. Про затвердження нормативів витрат на проведення відповідних робіт, в межах яких проводиться компенсація суб'єктам господарювання у виноградарстві, садівництві і хмелярстві [Електронний ресурс]: наказ Міністерства аграрної політики України від 04.03.2008 р. №117. – Режим доступу: https:// http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1114-12

218. Про збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства [Електронний ресурс]: закон України від 09.04.1999 р. №587-XIV (зі змінами і доповненнями від 05.03.2009 р. №1067-VI). – Режим доступу: https:// http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/587-14.

219. Про безпечність та якість харчових продуктів [Електронний ресурс]: закон України від 23.12.1997 р. №771 (зі змінами і доповненнями від 06.07.2010 р. №2436-VI). – Режим доступу: https:// http://zakon4.rada.gov.ua.

220. Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції: Указ Президента України від 23.02.2001 р. №113/2001 // Урядовий кур'єр. – 2001. – 6 берез. – С. 10.

221. Про заходи щодо розвитку аграрного ринку: Указ Президента України від 30 серпня 2004 р. №1021/2004 // Урядовий кур'єр. – 2004. – 3 верес. – С. 5.

222. Підсумки збору врожаю сільськогосподарських культур, плодово-ягідних насаджень в Полтавській області на 1 грудня 2013 року: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Явтушенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2014. – 60 с.

223. Підсумки збору врожаю сільськогосподарських культур, плодово-ягідних насаджень в Полтавській області на 1 грудня 2015 року: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Явтушенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2015. – 62 с.

224. Збір урожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід у Полтавській області за 2011 рік: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Романенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2012. – 70 с.

225. Збір урожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід у Полтавській області за 2012 рік: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Романенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2013. – 71 с.

226. Збір урожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід у Полтавській області за 2013 рік: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Романенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2014. – 70 с.

227. Збір урожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід у Полтавській області за 2014 рік: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Романенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2015. – 69 с.

228. Промисловість області: статистичний збірник за 2005-2009 роки / За ред. О.В. Куриціна. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2010. – 140 с.

229. Промисловість області: статистичний збірник за 2010-2014 роки / За ред. О.В. Куриціна. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2015. – 128 с.

230. Яснолоб І.О. Реалізація плодоовочевої продукції під власною торговою маркою мережі / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 1 (4). – Т. 1. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2012. – С. 346-350.

231. Шумейко А.І. Основні методичні положення досліджень економічних проблем формування та функціонування ринку продукції садівництва / А.І. Шумейко, С.П. Кондратенко // Економіка АПК. – 2008. – №9. – С. 36-44.

232. Стешенко В. Демографічна перспективи України до 2026 року / В. Стешенко, О. Рудницький, О. Хомра, А. Стефановський. – К.: ІЕ НАН України, – 1999. – 56 с.

233. Копитець Н.Г. Передумови формування ринкової системи збуту та реалізації сільськогосподарської продукції / Н.Г. Копитець // Економіка АПК. – 2008. – №6. – С. 118-125.

234. Дудар В.Т. Аналіз критеріїв вибору каналів збуту продукції на агропродовольчому ринку / В.Т. Дудар // Ринкова трансформація економіки АПК: матеріали П’ятої міжнар. наук.- практ. конф. – Харків: ХНТУСГ. – 2007. – С. 261-262.

235. Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств Полтавської області за 2009 рік: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Явтушенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2010. – 102 с.

236. Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств Полтавської області за 2010 рік: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Явтушенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2011. – 98 с.

237. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємств Полтавської області за 2011 рік: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Романенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2012. – 122 с.

238. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємств Полтавської області за 2012 рік: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Романенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2013. – 96 с.

239. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємств Полтавської області за 2013 рік: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Романенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2014. – 88 с.

240. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємств Полтавської області за 2014 рік: статистичний бюлетень / За ред. Л.В. Романенко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2015. – 87 с.

241. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2010 рік: статистичний збірник / За ред. О.М. Сумець. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2011. – 72 с.

242. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2011 рік: статистичний збірник / За ред. О.М. Сумець. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2012. – 68 с.

243. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2012 рік: статистичний збірник / За ред. О.М. Сумець. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2013. – 68 с.

244. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2013 рік: статистичний збірник / За ред. О.М. Сумець. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2014. – 72 с.

245. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2014 рік: статистичний збірник / За ред. О.М. Сумець. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2015. – 68 с.

246. Яснолоб І.О. Особливості встановлення ціни на плодоовочеву продукцію / І.О. Яснолоб // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2013. – №1 (63). – С. 348-356.

247. Поліщук О.О. Ефективність виробництва овочів у сільськогосподарських підприємствах / О.О. Поліщук // Економіка АПК. – 2011. – №4. – С.107-113.

248. Кіях О.О. Проблеми підвищення продуктивності праці в овочівництві Харківського регіону / О.О. Кіях // Матеріали третіх регіональних річних зборів Північно-Східного відділення Всеукр. конгр. вчених економістів-аграрників. – Харків: ХНТУСГ. – 2010. – С. 363-371.

249. Руснак П.П. Економіка сільського господарства / П.П. Руснак, М.М. Кепка [та ін.]; за ред. П.П. Руснака. – К.: Урожай, 1998. – 320 с.

251. Плужніков В.О. Вплив мотивації праці на підвищення ефективності виробництва овочів / В.О. Плужніков, О.О. Кіях // Економіка АПК. – 2008. – №4. – С. 137-140.

252. Дідур Г.І. Ефективність сільськогосподарського виробництва та її визначення в сучасних умовах / Г.І. Дідур // Проблеми ефективного функціонування АПК в умовах нових форм власності та господарювання: Кол. моногр. у 2 т. – Т. 1; за ред. П.Т. Саблука, В.Я. Амбросова, Г.Е Мазнева. – К.: ІАЕ, 2001. – С. 324-326.

253. Березівський П.С. Ефективність виробництва і формування ринку плодоовочевої продукції у регіоні / П.С.Березівський. – Львів: «Українські технології», 1998. – 256 с.

254. Організація виробництва і аграрного бізнесу в сільськогосподарських підприємствах: Підручник / С.П. Азізов, Н.С. Канінський, В.М. Скупий, за ред. проф. С.П. Азізова – К.: ІАЕ, 2001. – 834 с.

255. Концепція ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк, М.Я. Дем'яненко, Г.М. Підлісецький, М.М. Федоров, О.Г. Шпикуляк, Ю.П. Воскобійник, О.В. Овсянніков, В.П. Саблук, Л.М. Пархоменко // Економіка АПК. – 2008. – №1. – С. 3-20.

256. Яснолоб І.О. Напрями підвищення рівня інтенсифікації на плодоовочевому ринку / І.О. Яснолоб // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – №4 [42]. – С. 225-228.

257. Яснолоб І.О. Кон'юнктурний аналіз ринку плодоовочевої продукції / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Полтава : ПДАА. – 2013. – Вип. 2 (7). – Т. 1. – С. 329-339.

258. Васько Н.А. Ринок плодоовочевої продукції: стан та основні напрями подальшого розвитку / Н.А. Васько // Вісник Степу. Науковий збірник. Вип. 3. – Кіровоград: Видавництво ПП «Ліра ЛТД». – 2006. – С. 116-119.

259. Баканов М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2005. – 536 с.

260. Духневич А.В. Вплив вступу України до СОТ на ринок овочів, фруктів та плодоовочевої консервації / А.В. Духневич // Часопис Академії адвокатури України. – 2011. – №13 (4). – С. 1-5. Режим доступу: http://archive.nbuv.gov. ua/e-journals/Chaau/2011-4/11davtpk.pdf

261. Андрійчук В.Г. Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції: теоретико-методологічний аспект / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2004. – №3. – С. 29-35.

262. Про збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 20-21. – С. 191.

263. Про виноград та виноградне вино: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – №31. – С. 419.

264. Порядок справляння збору та використання коштів на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 15 липня 2005 р. – №587. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua

265. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі картоплею та плодоовочевою продукцією: Наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України. – №344 від 08.07.97 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua

266. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку овочівництва та переробної галузі до 2020 року: Проект Розпорядження Кабінету Міністрів України від 11.08.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minagro.gov.ua

267. Кучеренко Т. Ринок овочів і баштанних культур в Україні: поточна кон'юнктура і прогноз / Т. Кучеренко // Пропозиція. – 2009. – №1. – С. 52-55.

268. Романюк І.О. Сучасний стан та підвищення рівня глобальної конкурентоспроможності продукції овочівництва / І.О. Романюк // Збірник студентських наукових праць. – 2009. – №3. – С. 121-124.

269. Когут У.І. Україна та СОТ: наслідки членства для різних сфер економіки / У.І. Когут, Т.Ю. Лісович // Підприємницька діяльність в Україні: проблеми розвитку та регулювання: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф., 27–28 трав. 2010 р. (Київ). – К.: МІБО КНЕУ, 2010. – С. 115-117.

270. Внутрішній агропродовольчий ринок України в умовах СОТ / Т.О. Осташко, Л.Ю. Волощенко, Г.В. Лєнівова; відпов. ред. В.О. Точилін / НАН України; Ін-т екон. та прогнозув. – К., 2010. – 208 с.

271. Рульєв В.А. Економічні проблеми розвитку садівництва України / В.А. Рульєв. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004. – 360 с.

272. Рульєв В.А. Шляхи розвитку промислового садівництва України / В.А. Рульєв // Науковий вісник Національного аграрного університету / За ред. Д.О. Мельничука та ін. – К., – Вип. 51, – 2002. – С. 85-88.

273. Деревець І.С. Деякі аспекти матеріально-технічного та інженерного забезпечення АПК України / І.С. Деревець // Економіка АПК. – 2006. – №3. – С. 12-16.

274. Онопрієнко Д.М. Обґрунтування екологічної безпеки зрошувальних меліорацій в степу України / Д.М. Онопрієнко, Г.О. Шульдішов // Збірник матеріалів ІІ-го Всеукраїнського з'їзду екологів з міжнародною участю. – Інтернет-спільнота «Промислова екологія» http://eco.com.ua.

275. Яснолоб І.О. Організаційно-економічний механізм функціонування плодоовочевого ринку [Електронний ресурс] / І.О. Яснолоб // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 1 (8). – С. 327-336. – Режим доступу до журн.: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13yiofpr.pdf.

276. Васько Н.А. Маркетингові дослідження перспективних сегментів ринку свіжих овочів / Н.А. Васько // Тези доповідей Причорноморської науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу. – 2007. – С. 16-17.

277. Васько Н.А. Збут плодоовочевої продукції: стан і основні напрями його розвитку / Н.А. Васько // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2004. – №2. – С. 75-82.

278. Яснолоб І.О. Перспективи розвитку зовнішньої торгівлі плодоовочевою продукцією у контексті поглиблення співпраці з ЄС / І.О. Яснолоб // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2013. – №2 (39). – Ч. 1. – С. 328-333.

279. Яснолоб І.О. Пріоритетні напрями експорту плодоовочевої продукції з України / І.О. Яснолоб // Матеріали II всеукраїнської науково-практичної конференції «Перспективи розвитку економіки в ринкових умовах», 15-16 березня 2013 р. – Мукачево: Мукачівський державний університет, 2013. – С. 238-241.

280. Зовнішня торгівля Полтавської області у 2009 році: статистичний збірник / За ред. В.М. Скляр. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2010. – 54 с.

281. Зовнішня торгівля Полтавської області товарами у 2005-2010 роках: статистичний збірник / За ред. В.М. Скляр. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2011. – 64 с.

282. Зовнішня торгівля Полтавської області товарами у 2005-2011 роках: статистичний збірник / За ред. В.М. Скляр. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2011. – 64 с.

283. Зовнішня торгівля Полтавської області товарами у 2007-2012 роках: статистичний збірник / За ред. В.М. Скляр. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2013. – 64 с.

284. Зовнішня торгівля Полтавської області товарами у 2007-2013 роках: статистичний збірник / За ред. В.М. Скляр. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2014. – 64 с.

285. Зовнішня торгівля Полтавської області товарами у 2009-2014 роках: статистичний збірник / За ред. В.М. Скляр. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2015. – 64 с.

286. Писаренко В.В. Формування ефективної інфраструктури плодоовочевого ринку / В.В. Писаренко, І.О. Яснолоб // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Вип. 113. – Харків: ХНТУСГ. – 2011. – С. 20-28.

287. Саблук П.Т. Аграрна економіка і політика в Україні: підсумки минулого і погляд в майбутнє / П.Т. Саблук – К.: ІАЕ УААН, 2001. – Т. 1. –430 с.; Т.2. 481 с.; Т.3. – 485 с.

288. Шпичак О.М. Ціноутворення в процесі реформування агропромислового комплексу України (1990-2001 рр.) / О.М. Шпичак. – К.: ІАЕ, 2002. – 449 с.

289. Точилін В.О. Формування галузевих ринків України: перехідний період / В.О. Точилін. – К.: Фенікс, 2004. – 332 с.

290. Закон України «Про товарну біржу» від 10.12.1991 №1956-XII http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1956-12.

291. Ринок фруктів і ягід / За редакцією О.Ю. Єрмакова. – К.: Інститут аграрної економіки УААН, 2001. – 84 с.

292. Індекси споживчих цін по Полтавській області у 2010 році: статистичний збірник / За ред. С.В. Клюка. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2011. – 71 с..

293. Індекси споживчих цін по Полтавській області у 2011 році: статистичний збірник / За ред. С.В. Клюка. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2012. – 70 с.

294. Індекси споживчих цін по Полтавській області у 2012 році: статистичний збірник / За ред. С.В. Клюка. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2013. – 68 с.

295. Індекси споживчих цін по Полтавській області у 2013 році: статистичний збірник / За ред. С.В. Клюка. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2014. – 69 с.

296. Індекси споживчих цін по Полтавській області у 2014 році: статистичний збірник / За ред. С.В. Клюка. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2015. – 71 с.

297. Яснолоб І.О. Особливості використання логістичних підходів при реалізації плодоовочевої продукції / І.О. Яснолоб // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання розвитку економіки в умовах сучасної нестабільності», 22-23 лютого 2013 р.: У 2-х частинах. – Київ: ГО «Київський економічний науковий центр», 2013. – ч. 2. – С. 102-104.

298. Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року / Закон України від 18 жовтня 2005 року №2982-IV. Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2982-15

299. Яснолоб І.О. Використання світового досвіду при формуванні оптових ринків плодоовочевої продукції / І.О. Яснолоб // Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення продовольчого ринку України», 17-18 трав. 2011 р. – Полтава: РВВ ПДАА, 2011. – С. 180-182.

300. Яснолоб І.О. Адаптація зарубіжного досвіду при формуванні оптових ринків плодоовочевої продукції / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 2. – Т. 1. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2011. – С. 317-323.

301. Оптові та оптово-роздрібні ринки сільськогосподарської продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minagro.gov.ua

302. Шувар – історичні аспекти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.shuvar.com

303. Огляд ситуації на ринку овочів і фруктів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.lol.org.ua

304. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції: Практичний посібник / За ред. П.Т. Саблука. – К.: ІАЕ УААН, 2007. – 556 с.

305. Гладій М.В. Формування оптового ринку в Україні / М.В. Гладій // Економіка АПК. – 2007. – №5. – С. 41-43.

306. Дудар В.Т. Вплив аграрних реформ на формування агропродовольчого ринку / В.Т. Дудар // Вісник Харківського національного аграрного університету. Серія: економіка АПК і природокористування. – 2007. – №.2. – С. 64-69.

307. Дудар В.Т. Методологічні підходи стратегії розвитку суб'єктів агропродовольчого ринку / В.Т. Дудар // Організаційно-економічні інструменти розвитку інтеграційних процесів в агропромисловому виробництві: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Тернопіль: ТІ АПВ УААН, ТДТУ, – 2006. – С. 73-81.

308. Роздрібна торгівля Полтавської області у 2010 році: статистичний збірник / За ред. Т.М. Юрко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2011. – 68 с.

309. Роздрібна торгівля Полтавської області у 2011 році: статистичний збірник / За ред. Т.М. Юрко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2012. – 68 с.

310. Роздрібна торгівля Полтавської області у 2012 році: статистичний збірник / За ред. Т.М. Юрко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2013. – 70 с.

311. Роздрібна торгівля Полтавської області у 2013 році: статистичний збірник / За ред. Т.М. Юрко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2014. – 68 с.

312. Роздрібна торгівля Полтавської області у 2014 році: статистичний збірник / За ред. Т.М. Юрко. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2015. – 68 с.

313. Яснолоб І.О. Private label: сучасні тенденції плодоовочевого ринку / І.О. Яснолоб // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції

«Маркетингове забезпечення ринку продовольства», 15-16 трав. 2012 р. – Полтава: ПДАА, 2012. – С. 94-96.

314. Яснолоб І.О. Реалізація плодоовочевої продукції під власною торговою маркою мережі / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 1 (4). – Т. 1. Економічні науки. – Полтава : ПДАА. – 2012. – с. 346-350.

315. Grossisti mercato ortofrutticolo [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mercafir.it.

316. Guide to the Food Market [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.newcoventgardenmarket.com.

317. Ontario Food Terminal Board [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.oftb.com.

318. Continuing the DFM Tradition Since 1941 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.dallasfarmersmarket.org.

319. Fruit & vegetable market [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.melbournemarkets.com.au.

320. Das Herz des Großmarktes ist der Fruchthof Berlin [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.berliner-grossmarkt.de.

321. Globalizing Wholesale Markets: Ensuring Demand & Supply between East and West [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.grossmarkt-hamburg.de.

322. Giełda Rolnicza [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bronisze.com/

323. Rungis et le développement durable [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rungisinternational.com.

324. Corporacion del Mercado central de Buenos Aires [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mercadocentral.com.ar.

325. A Budapesti Nagybani Piac [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nagybani.hu.

ДОДАТКИ

Додаток А

Еволюція поглядів на поняття «ринок»

Автор	Визначення
Ф. Котлер [4]	Ринок – це сукупність існуючих і потенційних покупців товарів.
Г.О. Андрусенко [5]	Ринок – це механізм, який дає можливість покупцям і продавцям знаходити один одного і здійснювати угоди, як установка, за якою покупці і продавці обмінюють товари і послуги за гроші.
Хоралд Войє, Уве Якобсен [6]	Ринок – це місце де суб'єкти проводять обмін товарів і послуг з метою задоволення індивідуальних чи колективних бажань і потреб, а функціонування ринку базується на закономірностях «закону обміну».
А. Карлсон [9], М. МкДоналд [10]	Ринок – це сукупність економічних взаємовідносин, завдяки яким відбувається оборот сукупного суспільного продукту в товарно-грошовій формі, у процесі якого проявляються притаманні даному способу виробництва економічні відносини з приводу виробництва та споживання матеріальних благ
П. Самуельсон [11]	Ринок – це відносини між покупцями та продавцями щодо обсягів товарів та їх ціни. Це механізм, через який покупці і продавці взаємодіють, щоб визначити ціну і кількість товару.
К. Макконелл [12]	Ринок – це просто механізм або пристосування, що здійснює контакт між покупцями або пред'явниками попиту, і продавцями, або постачальниками товару чи послуг.
Ф. Хайєк [13]	Ринок – це складний передавальний механізм, що дозволяє більш повно і ефективно використовувати інформацію, розпорошену серед численних індивідуальних суб'єктів. Результатом ефективної координації інформації є оптимальний розподіл ресурсів економіки.
С.В. Мочерний [14]	Ринок – як сукупність економічних відносин між фізичними і юридичними особами, а також між державами і наднаціональними органами, міжнародними фінансово-кредитними інститутами з організації та купівлі-продажу товарів і послуг відповідно до законів товарного виробництва
Ю.Я. Лузан [15]	Ринок – система економічних відносин, що складається у процесі виробництва, обігу й розподілу товарів, а також руху грошових коштів, для яких характерна свобода суб'єктів у виборі покупців та продавців, визначенні цін, формуванні й використанні матеріальних і фінансових ресурсів
В.М. Рабштина [16]	Ринок є способом організації суспільного виробництва, сферою товарного обігу, способом поведінки суб'єктів господарювання, механізмом регулювання попиту і пропозиції.
П.Т. Саблук [1, 2]	Ринок являє собою цілеспрямовано упорядковану систему ресурсів, установ та методів, завданням якої є створення і підтримування ринкового середовища в стані максимального наближення до чистої конкуренції і здатності генерувати ринкові ціни як ціни попиту та пропозиції.

Додаток Б

Система оціночних показників кон'юнктури ринку плодоовочевої продукції

Категорія	Показники
Пропозиція продукції (товарів)	Обсяг, структура й динаміка пропозиції Виробничий і сировинний потенціали пропозиції Еластичність пропозиції
Купівельний попит	Попит за ступенем задоволення, формами виникнення, станом ринку та місцем покупки Потенціал споживання: місткість ринку засобів виробництва, предметів споживання, послуг
Пропорційність ринку	Співвідношення попиту та пропозиції Співвідношення ринків засобів виробництва та предметів споживання Товарна структура товарообігу Структура продавців за формами власності Структура покупців – оптових, роздрібних Регіональна структура ринку
Тенденції розвитку	Темпи зростання продажу, цін, товарних запасів, прибутку
Коливання, циклічність	Коефіцієнт варіації продажу, цін, товарних запасів Сезонні коливання розвитку ринку
Регіональні особливості	Регіональна варіація співвідношення попиту та пропозиції Регіональна варіація рівня попиту (на одну особу) Регіональна варіація темпів динаміки основних параметрів розвитку ринку
Ділова активність	Портфель замовлень Розмір і динаміка угод Ступінь завантаженості виробничих потужностей
Комерційний ризик	Інвестиційний ризик Ризик прийняття маркетингових рішень
Масштаб ринку	Загальний обсяг реалізації продукції (товарів) Рівень приватизації Розподіл ринку Частка малих, середніх і крупних агроформувань, фірм

Додаток В

Основні аспекти дослідження ринку плодоовочевої продукції

Аспекти	Складові
Географічний	економічний простір, країна, кліматичні зони, регіони, адміністративні райони тощо
Виробничо-демографічний	великий, малий, середній бізнес тощо;
Соціально-демографічний	культурно-національні особливості, статус тощо
Галузевий	аграрне виробництво, промисловість, торгівля тощо
Соціально-психологічний	потреби, структура споживання тощо
Економічний	платоспроможний попит, конкурентоспроможність тощо
Технологічний	спосіб виробництва, рівень технологій тощо
Дизайнерський	естетичні, ергономічні властивості тощо
Медичний	безпечність вживання тощо

Додаток Д

Система показників оцінки стану ринку плодоовочевої продукції

Параметри ринку	Показники
1. Пропозиція продукції	- обсяг пропозиції продукції, структура пропозиції продукції, динаміка пропозиції продукції; - виробничий потенціал пропозиції, сировинний потенціал пропозиції; - еластичність пропозиції продукції;
2. Попит на продукцію	- ознаки попиту на продукцію: ступінь задоволення попиту, вектор змін величини попиту на продукцію, форми утворення попиту, купівельні наміри, стан ринку, місце купівлі; - споживацький потенціал попиту: ємність ринку; - еластичність попиту;
3. Пропорційність розвитку (або збалансованість) ринку	- коефіцієнт ринкової кон'юнктури (співвідношення величини попиту і пропозиції); - товарна структура товарообігу; - частка окремого продавця (виробника) на ринку; - структура продавців (виробників) за формами власності; - структура покупців (споживачів) (за формами власності, соціально-демографічним ознакам тощо);
4. Тенденції розвитку ринку	- темп зростання продажу (товарообігу), цін, товарних залишків, інвестицій, прибутку; - вектори і параметри трендів продажу (товарообігу), цін, товарних залишків, інвестицій, прибутку;
5. Коливання, стійкість і циклічність у розвитку ринку	- коефіцієнт варіації продажу (товарообігу), цін, товарних залишків; - параметри моделей сезонності і циклічності у розвитку ринку;
6. Регіональні відмінності у стані і розвитку ринку	- регіональна варіація співвідношення попиту і пропозиції; - регіональна варіація рівня споживання в розрахунку на душу населення; - регіональна варіація темпів зростання основних параметрів розвитку ринку (попит, пропозиція, ціна тощо)
7. Рівень ділової активності учасників ринку	- портфель замовлень, його склад, наповненість і динаміка; - кількість, розмір, частота і динаміка укладених угод; - ступінь завантаженості виробничих потужностей;
8. Комерційний (або ринковий) ризик учасників ринку	- інвестиційний ризик; - ризик прийняття маркетингових рішень; - ризик випадкових ринкових коливань;
9. Масштаб (або розмір) ринку (у т.ч. рівень монополізації і конкуренції на ньому)	- кількість діючих компаній і їх розподіл за формами власності, господарювання та спеціалізацією; - обсяг реалізації продукції і його розподіл за розмірами компаній (великий, середній і малий бізнес); - рівень приватизації: кількість і частка приватизованих підприємств (у т.ч. у розрізі форм господарювання); - групування компаній за їх часткою на ринку; - частка компаній великого, середнього і малого бізнесу

Примітка. Показники можуть визначатися як у часі, так і у просторі: по галузях, окремих товарах, учасниках ринку (продавцях та покупцях або виробниках та споживачах).

Додаток Е

Рекомендовані диференційовані норми споживання овочів в Україні (на душу населення, кг)

Вид овочів	Річна норма	У тому числі								
		Свіжі					Перероблені			
		всього	з поля	зі сховищ	закритий грунт	свіжоза-морожені	Всього	консер-вовані	квашені і солені	сушені
Овочі всього:	134	94,3	48,2	32,4	9,9	3,8	39,7	29,1	8,6	2,0
у т. ч. капуста білоголова	29	23,8	11,6	12,2	-	-	5,2	-	5,2	-
помідори	39	21,1	18,4	-	2,7	-	17,9	17,9	-	-
огірок	10	6,6	2,3	-	4,3	1,7	3,4	-	3,4	-
морква	9	8,0	2,0	4,3	-	-	1,0	0,5	-	0,5
буряк столовий	10	8,5	2,1	6,4	-	-	1,5	1,0	-	0,5
цибуля на ріпку	9	7,4	2,0	5,4	-	-	1,6	0,8	-	0,8
інші овочі	28	18,9	9,8	4,1	2,9	2,1	9,1	8,9	-	0,2
в.т.ч. часник	0,8	0,6	-	0,6	-	-	0,2	0,2	-	-
капуста цвітна	4,2	4,2	1,6	1,1	-	1,5	-	-	-	-
кабачки і патисони	3,2	0,9	0,9	-	-	-	2,3	2,3	-	-
редиска і редька	3,6	3,6	1,7	1,9	-	-	-	-	-	-
перець	2,8	0,8	0,8	-	-	-	2,0	2,0	-	-
баклажан	2,8	0,8	0,8	-	-	-	2,0	2,0	-	-
бобові	2,8	0,6	-	-	-	0,6	2,2	2,2	-	-
зеленні овочі:	7,8	7,4	4,0	0,5	2,9	-	0,4	0,2	-	0,2
у т.ч. цибуля зелена	2,4	2,4	1,2	-	1,2	-	-	-	-	-
салат, шпинат, щавель	1,4	1,4	0,8	-	0,6	-	-	-	-	-
петрушка, кріп	4,0	4,0	2,0	0,5	1,1	-	-	-	-	-

Джерело: [250]

Додаток Ж

(АНОНІМНЕ ОПИТУВАННЯ)

Заповняється організаторами дослідження	
Номер анкети	

АНКЕТА

Доброго дня, шановний респондент!

У зв'язку із проведенням дослідження ринку плодоовочевої продукції Полтавської області просимо Вас заповнити наступну анкету.

1. Як часто Ви споживаєте овочі та фрукти?

а) щодня;
б) кілька разів на тиждень;
в) раз на тиждень;
г) раз на місяць.

2. Що для Вас є пріоритетним при виборі овочів та фруктів?

а) корисність;
б) екологічність;
в) смакові властивості;
г) зовнішній вигляд.

3. Які овочі та фрукти переважають у раціоні Вашого харчування?

а) огородина (характерні для регіону);
б) екзотичні (експортовані з інших країн).

4. Яким овочам Ви надаєте перевагу при купівлі?

а) «борщового набору»: помідори, огірки, морква, буряк, цибуля, капуста;
б) інші овочі: баклажани, кабачки, гарбузи, перець, салати
в) томати «черрі», броколі, салатні сорти цибулі, цибуля-порей,
г) брюссельська, цвітна, пекінська капуста, зелені овочі

5. Яким плодам і ягодам Ви надаєте перевагу при купівлі?

а) яблука, груші, слива, айва
б) вишня, слива, черешня, абрикос, персик,
в) ягоди: суниця, полуниця, смородина, аґрус
г) банани, апельсини, мандарини, лимони, грейпфрути, ківі, ананас, кокос

6. Чи задовольняє Вас асортимент плодоовочевої продукції пропонований у Вашому місті?

а) так;
б) ні.

7. Що саме Вас не задовольняє?

а) одноманітність асортименту;
б) високі ціни;
г) низка якість.

8. Якій плодоовочевій продукції надаєте перевагу, поза сезоном її основного вирощування?

а) свіжій (тепличній, імпортованій);
б) консервованій;
в) сушеній;
г) мороженій.

9. Як Ви вважаєте, ціни на плодоовочі поза сезоном їх вирощування:

а) невиправдано високі;
б) цілком прийнятні;
в) низькі.

10. Чи дозволяє Ваш сімейний бюджет мати плодоовочеву продукцію у щоденному раціоні?

а) так;
б) ні.

Продовження додатку Ж

11. Чи достатньо Ви споживаєте овочів та фруктів?

а) достатньо;

б) недостатньо.

12. Які основні причини їх недостатнього споживання?

а) брак часу на придбання;

б) нестача грошових коштів;

в) не люблю.

13 Вкажіть щомісячну суму, яку Ви витрачаєте на придбання продукції плодоовочевої групи?

а) 200 грн.;

б) 500 грн.;

в) 1000 грн.;

г) більше 1000 грн.

14. У випадку зростання Ваших доходів, чи станете зросте споживання овочів та фруктів?

а) так;

б) ні.

15. Що впливає на вибір Вами плодоовочевих продуктів?

а) ціна;

б) якість;

в) виробник;

г) реклама.

16. Де Ви зазвичай купуєте овочі та фрукти?

а) на ринку;

б) у торговій мережі;

в) у невеликому магазині;

г) вирощую сам.

17. Ви віддаєте перевагу продукції:

а) відомих виробників;

б) власних товарних марок продуктових мереж;

в) яку купуєте вже тривалий час;

г) яка продається в найближчому до Вас магазині.

18. Чи задовольняє Вас якість пропонованих на ринку овочів та фруктів?

а) так;

б) ні.

19. Чи готові Ви сплачувати вищу ціну (ніж на споживчому ринку) при купівлі плодоовочевої продукції у торговій мережі:

а) гарантованої якості;

б) помитої;

в) відсортованої та відкаліброваної;

г) упакованої.

20. Якій упаковці надаєте перевагу при купівлі овочів та фруктів?

а) запакованій поштучно;

б) сітки 0,5-1 кг;

в) пластикова упаковка (блістери) 0,5-2 кг;

в) гофрокартонні ящики 5-10 кг.

Стать

Вік

Рівень доходу на одну особу, грн.

Місце проживання

Щиро вдячні за надані відповіді!

Додаток З

Результати опитувань споживачів (покупців) овочів та фруктів Полтавської області, проведених у березні 2014 р.

п/п	Стать	вік	Наявність дітей	Рівень доходу на одну особу, грн.	Місце проживання	Як часто Ви споживаєте овочі та фрукти?				Що для Вас є пріоритетним при виборі овочів та фруктів?				Які овочі та фрукти переважають у раціоні Вашого харчування?		Яким овочам Ви надаєте перевагу при купівлі?				Яким плодам і ягодам Ви надаєте перевагу при купівлі?				Чи задовольняє Вас асортимент плодоовочевої продукції пропонований у Вашому місті?		Що саме Вас не задовольняє?			Якій плодоовочевій продукції надаєте перевагу, поза сезоном її основного вирощування?				Як Ви вважаєте, ціни на плодоовочі поза сезоном їх вирощування:			Чи дозволяє Ваш сімейний бюджет мати плодоовочеву продукцію у щоденному раціоні?	
						щодня	кілька разів на тиждень	раз на тиждень	раз на місяць	корисність	екологічність	смакові властивості	зовнішній вигляд	огородина (характерні для регіону)	екзотичні (експортовані з інших країн)	помідори, огірки, морква, буряк, цибуля, капуста	баклажани, кабачки, гарбузи, перець, салати	томати «черрі», броколі, салатні сорти цибулі, порей	брюссельська, цвітна, пекінська капуста, зелені овочі	яблука, груші, слива, айва	вишня, слива, черешня, абрикос, персик	ягоди: суниця, полуниця, смородина, агрус	банани, апельсини, лимони, грейпфрути, ківі, ананас, кокос	так	ні	одноманітність асортименту	високі ціни	низка якість	свіжій (тепличній, імпортованій)	консервованій	сушеній	мороженій	невиправдано високі	цілком прийнятні	низькі	так	ні
1	Ч	З	СЗ	Б	ММ	+				+		+		+					+				+	+			+				+						+	+
2	Ж	З	СЗ	Б	ММ			+		+		+		+	+	+				+					+			+			+				+			+	
3	Ч	М	МЗ	Б	ММ	+					+		+	+		+				+				+				+		+				+				+	+
4	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ		+			+		+		+					+				+	+				+				+			+			+	+
5	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ	+				+		+		+		+				+				+				+			+				+			+	+
6	Ч	М	СЗ	ДС	ММ			+			+		+	+		+				+				+				+			+				+			+	+
7	Ж	З	СЗ	Б	ММ		+			+		+		+		+				+				+		+				+					+		+		
8	Ч	С	СЗ	ДС	ММ	+				+		+		+		+				+				+				+				+			+		+		
9	Ж	С	СЗ	ДС	ММ		+			+		+		+				+				+		+				+			+				+				+
10	Ч	М	СЗ	ДМ	ММ			+		+		+		+				+				+		+				+		+					+				
11	Ч	М	СЗ	ДМ	ММ			+		+		+		+			+				+			+				+		+					+				+
12	Ж	З	СЗ	Б	ММ	+					+		+		+	+				+					+			+				+				+				+
13	Ж	М	МЗ	Б	ММ	+					+		+		+		+				+				+			+				+				+				
14	Ж	С	СЗ	ДС	ММ	+				+		+		+				+				+				+			+				+				+			
15	Ч	З	СЗ	Б	ММ	+				+		+		+		+				+				+				+			+				+				
16	Ж	З	СЗ	Б	ММ		+			+		+		+				+				+		+				+			+				+				
17	Ж	С	СЗ	ДС	ММ		+			+		+		+			+				+			+		+				+					+		+		
18	Ж	С	СЗ	ДС	ММ		+			+		+		+				+				+		+		+				+					+		+		

Продовження додатку З

19	Ж	П	МЗ	Б	ММ		+				+		+	+					+				+	+			+		+				+			+	
20	Ч	С	СЗ	ДМ	ММ		+			+		+		+		+					+					+			+			+				+
21	Ж	М	МЗ	Б	ММ	+				+		+		+		+					+					+						+	+			+
22	Ч	З	СЗ	Б	ММ	+				+		+		+		+					+					+						+	+			+
23	Ч	С	СЗ	ДС	ММ			+		+		+			+	+					+					+			+			+				+
24	Ж	З	МЗ	Б	МС			+		+		+			+			+					+				+						+			+	
25	Ж	З	ВЗ	Б	ММ			+		+		+			+	+					+					+			+			+		+			+
26	Ч	З	СЗ	Б	ММ	+				+		+		+					+				+	+			+				+		+			+	
27	Ч	М	СЗ	Б	ММ		+				+		+					+				+						+		+				+			+
28	Ж	С	СЗ	ДС	ММ		+			+		+						+				+			+				+				+			+
29	Ж	П	МЗ	Б	ММ	+				+		+		+					+				+	+			+		+				+			+	
30	Ж	З	СЗ	Б	ММ		+			+		+		+			+				+			+			+					+	+			+
…	…	…	…	…	…	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
121	Ч	З	СЗ	Б	ММ	+					+		+	+				+	+			+	+	+			+				+		+			+	
122	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ			+							+			+				+			+				+						+		+
123	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ		+				+		+				+					+						+			+				+		+
124	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ			+			+		+	+		+					+				+			+				+		+			+
125	Ж	С	МЗ	ДС	ММ			+			+		+	+		+					+				+			+				+		+			+
126	Ч	М	МЗ	Б	ММ		+				+		+	+			+					+				+			+				+				+
127	Ж	М	СЗ	Б	ММ			+		+		+			+				+				+		+			+			+				+		+
128	Ч	М	СЗ	Б	МС	+					+		+		+	+					+					+	+					+			+		+
129	Ж	С	МЗ	ДС	ММ			+			+		+	+				+				+			+				+				+			+	
130	Ж	М	МЗ	Б	ММ	+				+		+		+				+				+			+						+		+				+
131	Ж	З	ВЗ	Б	ММ	+				+		+			+	+					+					+				+			+			+	
132	Ж	З	ВЗ	Б	ММ	+				+		+		+		+					+				+					+			+				+
133	Ж	М	СЗ	Б	ММ			+			+		+	+				+				+			+					+	+			+			+
134	Ч	М	МЗ	ДМ	ММ	+				+		+		+		+					+				+		+							+		+	
135	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ			+			+		+		+		+					+					+		+					+			+
136	Ж	С	МЗ	ДС	ММ	+				+		+		+				+				+			+				+				+			+	
137	Ж	З	МЗ	Б	ММ		+			+		+		+		+					+				+				+				+				+
138	Ч	С	СЗ	ДС	ММ	+				+		+		+					+				+	+				+	+					+		+	
139	Ж	М	СЗ	Б	ММ		+			+		+		+		+					+				+				+			+	+				+
140	Ч	З	ВЗ	Б	ММ	+					+		+	+				+				+			+				+					+			+
141	Ж	М	МЗ	Б	МС			+			+		+	+				+				+			+		+			+			+				+
142	Ж	С	СЗ	ДС	ММ	+				+		+			+	+					+						+	+				+			+		+
143	Ж	М	СЗ	ДС	ММ	+				+		+		+		+					+				+		+						+			+	+
144	Ж	М	СЗ	Б	ММ	+				+		+		+		+					+				+			+		+				+			+
145	Ж	М	СЗ	ДС	ММ	+				+		+		+			+					+			+			+					+	+				+
146	Ж	М	СЗ	ДС	ММ	+				+		+		+					+				+	+			+			+				+			+
147	Ж	М	МЗ	ДС	ММ						+		+		+				+				+		+	+					+				+		+
148	Ж	З	СЗ	Б	ММ	+				+		+		+		+					+				+			+				+		+			+
149	Ч	М	СЗ	Б	ММ	+				+		+		+		+					+				+			+				+		+			+
150	Ж	З	МЗ	Б	ММ	+					+		+	+			+					+			+			+				+		+			+
∑	х	х	х	х	х	56	84	11	0	30	27	59	35	129	21	84	18	27	21	72	35	26	18	117	33	32	50	69	30	63	27	32	114	27	9	27	123

Примітка: Ж – жінки, Ч – чоловіки; М – молоді споживачі (від 18 до 34 років), С – споживачі середнього віку (від 35 до 44 років), З – споживачі зрілого віку (від 45 до 60 років), П – споживачі-пенсіонери; МЗ – малозабезпечені верстви населення (із середнім доходом на 1 особу до 1400 грн.), СЗ – особи з середнім рівнем забезпеченості (від 1400 до 2500 грн.), ВЗ – особи із високим рівнем забезпеченості (понад 2500 грн.); Б – бездітні особи, ДМ – особи із малими дітьми (до 7 років), ДС – особи із дітьми старше 7 років; ММ – мешканці міста, МС – мешканці села.

Продовження додатку З

Результати опитувань споживачів (покупців) овочів та фруктів Полтавської області, проведених у березні 2014 р.

№п/п	Стать	вік	Наявність дітей	Рівень доходу на одну особу, грн.	Місце проживання	Чи достатньо Ви споживаєте овочів та фруктів?		Які основні причини їх недостатнього споживання?			Вкажіть щомісячну суму, яку Ви витрачаєте на придбання продукції плодоовочевої групи?				У випадку зростання Ваших доходів, чи зросте споживання овочів та фруктів?		Що впливає на вибір Вами плодоовочевих продуктів?				Де Ви зазвичай купуєте овочі та фрукти?				Ви віддаєте перевагу продукції:				Чи задовольняє Вас якість пропонованих на ринку овочів та фруктів?		Чи готові Ви сплачувати вищу ціну (нізж на споживчому ринку) при купівлі плодоовочевої продукції у торговій мережі:				Якій упаковці надаєте перевагу при купівлі овочів та фруктів?			
						достатньо	недостатньо	брак часу на придбання	нестача грошових коштів	не люблю	200 грн.	500 грн.	1000 грн.	більше 1000 грн.	так	ні	ціна	якість	виробник	реклама	на ринку	у торговій мережі	у невеликому магазині	вирощую сам	відомих виробників	ВТМ продуктових мереж	яку купуєте вже тривалий час	у найближчому до Вас магазині	так	ні	гарантованої якості	помитої	сортованої та відкаліброваної	упакованої	запакованій поштучно	сітки 0,5-1 кг	пластикова упаковка 0,5-2 кг	гофрокартонні ящики 5-10 кг
1	Ч	З	СЗ	Б	ММ		+		+		+				+		+							+		+			+					+			
2	Ж	З	СЗ	Б	ММ		+		+					+	+	+			+		+						+			+		+			+			
3	Ч	М	МЗ	Б	ММ	+				+		+			+					+	+							+		+				+	+			
4	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ		+		+				+		+			+						+				+		+						+		
5	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ		+		+				+		+		+				+							+		+				+	+			
6	Ч	М	СЗ	ДС	ММ		+		+		+				+				+		+				+					+	+				+			
7	Ж	З	СЗ	Б	ММ		+	+			+				+					+	+						+		+				+		+			
8	Ч	С	СЗ	ДС	ММ		+	+						+	+		+				+						+		+		+							+
9	Ж	С	СЗ	ДС	ММ		+		+			+			+			+					+		+					+	+					+		
10	Ч	М	СЗ	ДМ	ММ		+		+		+				+				+				+					+					+		+			
11	Ч	М	СЗ	ДМ	ММ		+		+		+				+				+			+			+					+				+	+			
12	Ж	З	СЗ	Б	ММ		+		+		+					+	+				+					+					+	+				+		
13	Ж	М	МЗ	Б	ММ		+		+			+				+	+					+					+							+				+
14	Ж	С	СЗ	ДС	ММ		+		+				+		+		+						+				+					+			+			
15	Ч	З	СЗ	Б	ММ		+		+				+		+		+				+						+							+				
16	Ж	З	СЗ	Б	ММ		+		+				+		+		+							+			+						+	+				
17	Ж	С	СЗ	ДС	ММ		+	+				+			+			+				+					+		+					+	+			
18	Ж	С	СЗ	ДС	ММ	+			+			+			+			+							+	+			+		+						+		
19	Ж	П	МЗ	Б	ММ		+		+			+		+	+					+				+			+		+				+	+				
20	Ч	С	СЗ	ДМ	ММ		+		+			+		+	+					+	+						+			+		+			+			
21	Ж	М	МЗ	Б	ММ		+		+					+	+		+				+						+			+		+						+

Продовження додатку З

22	Ч	З	СЗ	Б	ММ	+			+				+		+		+					+					+					+					+
23	Ч	С	СЗ	ДС	ММ		+		+			+		+		+				+		+					+		+			+				+		
24	Ж	З	МЗ	Б	МС		+		+			+				+				+				+			+				+						
25	Ж	З	ВЗ	Б	ММ		+	+				+				+				+		+					+					+					
26	Ч	З	СЗ	Б	ММ		+		+			+		+	+		+							+				+		+		+					+	
27	Ч	М	СЗ	Б	ММ		+	+					+	+				+						+							+	+				+		
28	Ж	С	СЗ	ДС	ММ		+	+				+						+						+				+			+	+				+		
29	Ж	П	МЗ	Б	ММ		+		+		+			+	+		+							+				+		+		+						
30	Ж	З	СЗ	Б	ММ		+		+			+			+			+				+						+				+						+
…	…	…	…	…	…	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
121	Ч	З	СЗ	Б	ММ	+			+			+		+	+		+				+			+	+				+		+					+		
122	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ	+					+					+					+			+						+		+			+	+			
123	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ		+	+				+						+				+							+				+			+			
124	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ		+		+			+			+				+		+							+				+	+					+	
125	Ж	С	МЗ	ДС	ММ		+		+			+			+				+		+						+				+	+					+	
126	Ч	М	МЗ	Б	ММ		+		+				+		+			+				+					+				+				+		+		
127	Ж	М	СЗ	Б	ММ		+	+						+		+			+						+				+				+		+			
128	Ч	М	СЗ	Б	МС		+	+					+			+	+					+					+				+							+
129	Ж	С	МЗ	ДС	ММ		+		+				+		+				+					+				+					+			+			
130	Ж	М	МЗ	Б	ММ		+		+			+			+		+							+					+			+				+			+
131	Ж	З	ВЗ	Б	ММ		+		+			+				+	+					+						+		+			+			+		
132	Ж	З	ВЗ	Б	ММ		+		+			+			+		+					+						+				+				+		
133	Ж	М	СЗ	Б	ММ		+		+		+				+					+				+					+			+	+				+		
134	Ч	М	МЗ	ДМ	ММ		+	+				+			+		+					+						+		+					+				
135	Ж	М	СЗ	ДМ	ММ		+	+						+		+			+				+								+				+				
136	Ж	С	МЗ	ДС	ММ	+			+			+			+		+							+					+	+			+					+	
137	Ж	З	МЗ	Б	ММ		+		+			+			+			+				+						+				+	+					+	
138	Ч	С	СЗ	ДС	ММ		+	+			+				+					+				+				+		+		+				+		
139	Ж	М	СЗ	Б	ММ		+		+		+				+			+				+						+				+						+
140	Ч	З	ВЗ	Б	ММ		+	+					+		+					+				+					+			+			+			
141	Ж	М	МЗ	Б	МС		+		+			+			+			+				+			+					+			+			+		
142	Ж	С	СЗ	ДС	ММ		+	+				+		+		+	+					+						+			+					+		
143	Ж	М	СЗ	ДС	ММ		+			+		+			+		+					+						+				+	+					+
144	Ж	М	СЗ	Б	ММ		+		+			+			+		+					+						+			+				+			
145	Ж	М	СЗ	ДС	ММ		+		+				+		+		+						+					+			+							+
146	Ж	М	СЗ	ДС	ММ		+	+				+		+	+		+							+							+			+		+		
147	Ж	М	МЗ	ДС	ММ	+				+		+				+								+							+			+			+	
148	Ж	З	СЗ	Б	ММ	+			+			+			+		+				+						+			+	+					+	
149	Ч	М	СЗ	Б	ММ		+		+			+			+		+				+							+		+			+		+			
150	Ж	З	МЗ	Б	ММ		+		+				+		+		+					+						+		+	+				+			
∑	Х	х	х	х	х	17	134	30	101	20	17	72	38	24	87	63	57	45	17	32	56	42	24	29	18	27	69	36	33	117	63	21	21	45	35	56	32	29

Примітка: Ж – жінки, Ч – чоловіки; М – молоді споживачі (від 18 до 34 років), С – споживачі середнього віку (від 35 до 44 років), З – споживачі зрілого віку (від 45 до 60 років), П – споживачі-пенсіонери; МЗ – малозабезпечені верстви населення (із середнім доходом на 1 особу до 1400 грн.), СЗ – особи з середнім рівнем забезпеченості (від 1400 до 2500 грн.), ВЗ – особи із високим рівнем забезпеченості (понад 2500 грн); Б – бездітні особи, ДМ – особи із малими дітьми (до 7 років), ДС – особи із дітьми старше 7 років; ММ – мешканці міста, МС – мешканці села.

Додаток И

Динаміка чисельності сільськогосподарських підприємств, що займалися плодоовочевим виробництвом у Полтавській області в 2010 – 2014 рр.

Адміністративні райони	Овочівництво						Садівництво						Ягідництво					
	2010	2011	2012	2013	2014		2010	2011	2012	2013	2014		2010	2011	2012	2013	2014	
В-багачанський	1	1	3	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Гадяцький	2	2	2	2	2	0	1	0	1	0	0	-1	1	1	1	1	1	0
Глобинський	4	4	2	6	2	-2	2	1	2	1	3	1	0	0	0	0	0	0
Гребінківський	1	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Диканський	2	2	2	2	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Зіньківський	3	4	5	3	3	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Карлівський	3	3	3	2	2	-1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1
Кобеляцький	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Козельщинський	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Котелевський	5	5	5	5	5	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Кременчуцький	1	0	1	2	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	2	1
Лохвицький	0	2	1	2	1	1	1	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	0
Лубенський	2	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Машівський	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Миргородський	2	4	3	3	4	2	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0
Новосанжарський	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Оржицький	3	3	3	3	1	-2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Пирятинський	2	2	2	2	3	1	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0
Полтавський	5	4	3	3	3	-2	1	1	1	0	2	1	0	0	0	0	1	1
Решетилівський	2	1	1	1	1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Семенівський	4	4	3	3	3	-1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Хорольський	2	3	2	2	1	-1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0
Чорнухинський	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Чутівський	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Шишацький	3	2	1	2	0	-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Полтавська область	52	50	47	53	45	-7	10	9	10	7	14	4	5	5	4	5	9	4

Джерело: розраховано за даними ф. №50-сг «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств

Додаток К

Динаміка зібраних площ овочевих культур у Полтавській області у 2010 – 2014 рр., га

Культура/ Категорії господарств	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р. (+/-)	2014 р. у % до 2010 р.
Усі категорії господарств							
Овочеві – всього	22446,8	24063,4	23739,7	24025,3	23362,2	915,4	104,1
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	22394,4	24011,6	23685,3	23973,8	23306,9	912,5	104,1
з них – капуста	3153,1	3289,1	3285,5	3206,3	3225,4	72,3	102,3
огірки	3047,9	3881,1	3482,1	3377,8	3436,9	389,0	112,8
помідори	3801,9	4211,9	4559,2	4539,8	4341,8	539,9	114,2
буряки столові	1826,0	1968,1	1887,2	1980,9	1911,9	85,9	104,7
морква столова	1814,2	2141,9	2197,2	1950,0	2069,4	255,2	114,1
цибуля на ріпку	1761,6	1756,5	1765,9	1820,0	1691,7	-69,9	96,0
часник	794,4	873,1	949,4	935,7	969,9	175,5	122,1
зелений горошок	283,9	315,6	276,6	298,4	297,7	13,8	104,9
інші овочі	5911,5	5574,3	5282,3	5864,5	5362,1	-549,4	90,7
у т.ч.: гарбузи столові	2418,7	2146,8	1808,2	1847,3	1737,2	-681,5	71,8
кабачки	2013,2	1838,4	1765,5	2026,6	1809,7	-203,5	89,9
баклажани	335,8	339,7	410,5	461,3	426,1	90,3	126,9
перець	775,1	787,7	852,8	958,3	915,7	140,6	118,1
цибуля зелена	218,3	184,7	219,1	289,7	272,9	54,6	125,0
Овочі закритого ґрунту	52,4	51,8	54,4	51,5	55,3	2,9	105,5
Сільськогосподарські підприємства							
Овочеві – всього	662,2	975,0	789,4	710,8	745,1	82,9	112,5
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	648,1	961,4	773,3	693,8	731,9	83,8	112,9
з них – капуста	57,2	118,9	74,8	55,9	56,9	-0,3	99,5
огірки	40,0	41,5	22,5	23,5	24,3	-15,7	60,8
помідори	53,6	57,2	32,9	26,9	33,1	-20,5	61,8
буряки столові	57,0	80,3	68,9	38,6	43,5	-13,5	76,3
морква столова	48,0	69,7	108,9	97,2	90,2	42,2	187,9
цибуля на ріпку	54,4	89,0	75,5	80,7	77,9	23,5	143,2
часник	0,3	20,5	31,9	44,6	51,2	50,9	17066,7
зелений горошок	210,0	203,3	150,3	92,7	87,6	-122,4	41,7
інші овочі	127,5	281,2	207,6	169,2	267,2	139,7	209,6
у т.ч.: гарбузи столові	7,4	19,9	1,7	2,9	4,3	-3,1	58,1
кабачки	42,1	58,8	48,8	39,9	49,3	7,2	117,1
баклажани	1,5	2,4	3,9	2,1	2,6	1,1	173,3
перець	1,7	2,9	5,9	3,3	3,9	2,2	229,4
цибуля зелена	0,0	0,2	10,3	6,8	0,6	0,6	0,0
Овочі закритого ґрунту	14,1	13,6	16,1	17,0	13,2	-0,9	93,6

Продовження додатку К

Господарства населення							
Овочеві – всього	21784,5	23088,4	22950,4	22657,3	23280,2	1495,7	106,9
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	21746,2	23050,1	22912,1	22619,0	23241,9	1495,7	106,9
з них – капуста	3095,8	3170,3	3210,7	3169,5	3149,4	53,6	101,7
огірки	3007,8	3839,6	3459,6	3354,3	3353,5	345,7	111,5
помідори	3748,3	4154,7	4526,3	4314,9	4506,7	758,4	120,2
буряки столові	1769,0	1887,8	1818,3	1873,3	1937,4	168,4	109,5
морква столова	1766,3	2072,2	2088,2	1972,2	160,0	-1606,3	9,1
цибуля на ріпку	1707,2	1667,5	1690,4	1611,0	1742,3	35,1	102,1
часник	794,0	852,6	917,4	925,3	918,7	124,7	115,7
зелений горошок	73,9	112,3	126,4	205,7	210,1	136,2	284,3
інші овочі	5784,0	5293,1	5074,7	5192,8	5597,4	-186,6	96,8
у т.ч.: гарбузи столові	2411,4	2126,9	1806,4	1734,3	1842,9	-568,5	76,4
кабачки	1971,1	1779,6	1716,7	1769,8	1977,3	6,2	100,3
баклажани	334,4	337,3	406,7	424,0	458,7	124,3	137,2
перець	773,5	784,8	846,9	912,3	954,4	180,9	123,4
цибуля зелена	218,3	184,4	208,9	272,1	289,1	70,8	132,4
Овочі закритого ґрунту	38,3	38,3	38,3	38,3	38,3	0,0	100,0

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Додаток Л

Динаміка площ плодово-ягідних насаджень у плодоносному віці у Полтавській області у 2010 – 2014 рр., га

Культура/ Категорії господарств	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р. (+/-)	2014 р. у % до 2010 р.
Усі категорії господарств							
Плодово-ягідні – всього	6994,9	6570,9	6550,8	8803,3	8484,6	1489,7	121,3
у т.ч.: зерняткові	3835,1	3406,6	3343,9	4997,1	4847,0	1011,9	126,4
з них – яблуня	3292,6	2869,5	2806,6	4381,5	4234,3	941,7	128,6
груша	540,2	534,8	535,0	613,3	610,3	70,1	113,0
айва	2,3	2,2	2,2	2,3	2,3	0,0	100,0
кісточкові	2205,7	2140,8	2167,9	2630,8	2486,0	280,3	112,7
з них – слива	578,2	576,6	584,2	677,0	670,6	92,4	116,0
вишня	949,3	943,3	944,8	1181,0	1064,5	115,2	112,1
черешня	230,1	189,2	191,1	256,3	235,7	5,6	102,4
абрикос	418,6	416,4	417,2	479,0	479,2	60,6	114,5
персик	15,3	15,3	15,9	20,5	20,5	5,2	134,0
горіхоплідні	392,4	400,6	389,1	486,4	494,9	102,5	126,1
з них – волоський горіх	392,4	400,6	388,9	486,1	0,0	-392,4	0,0
ягоди	632,3	622,9	649,9	689,0	656,7	24,4	103,9
з них – суниця	270,3	273,4	285,3	289,8	285,0	14,7	105,4
малина	210,4	214,7	214,2	230,8	228,1	17,7	108,4
смородина	132,4	115,4	131,0	141,7	118,0	-14,4	89,1
аґрус	16,1	16,1	16,1	18,4	18,1	2,0	112,4
Сільськогосподарські підприємства							
Плодово-ягідні – всього	2296,3	1872,2	1852,1	3512,0	3193,3	897,0	139,1
у т.ч.: зерняткові	2051,0	1622,5	1559,8	2958,7	2808,6	757,6	136,9
з них – яблуня	1980,6	1557,4	1491,5	2887,0	2739,8	759,2	138,3
груша	71,0	65,0	65,2	71,7	68,7	-2,3	96,8
айва	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
кісточкові	209,6	158,9	172,8	362,7	218,0	8,4	104,0
з них – слива	95,0	93,4	100,9	122,3	116,0	21,0	122,1
вишня	19,7	13,7	15,2	138,1	21,6	1,9	109,6
черешня	89,1	48,2	50,1	90,0	69,4	-19,7	77,9
абрикос	5,8	3,6	4,4	10,0	10,1	4,3	174,1
персик	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
горіхоплідні	12,7	3,0	4,7	65,7	74,2	61,5	584,3
з них – волоський горіх	12,7	3,0	4,7	65,7	74,2	61,5	584,3
ягоди	97,2	87,8	114,9	124,9	92,7	-4,5	95,4
з них – суниця	28,3	31,4	43,3	42,0	37,2	8,9	131,4
малина	10,4	14,7	14,2	17,2	14,6	4,2	140,4
смородина	58,4	41,4	57,0	65,0	40,9	-17,5	70,0
аґрус	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Продовження додатку Л

Господарства населення							
Плодово-ягідні – всього	4698,7	4698,7	4698,7	5291,3	5291,3	592,6	112,6
у т.ч.: зерняткові	1784,1	1784,1	1754,1	2038,4	2038,4	254,3	114,3
з них – яблуня	1312,1	1312,1	1312,1	1494,5	1494,5	182,4	113,9
груша	472,1	469,8	469,8	541,6	541,6	69,5	114,7
айва	2,3	2,2	2,2	2,3	2,3	0,0	100,0
кісточкові	1996,1	1981,9	1995,1	2268,1	2268,1	272,0	113,6
з них – слива	483,2	483,2	483,2	554,7	554,7	71,5	114,8
вишня	929,6	929,6	929,6	1042,9	1042,9	113,3	112,2
черешня	141,0	141,0	141,0	166,3	166,3	25,3	117,9
абрикос	427,0	412,8	412,8	469,1	469,1	42,1	109,9
персик	15,3	15,3	15,9	20,5	20,5	5,2	134,0
горіхоплідні	379,7	397,6	384,4	420,7	420,7	41,0	110,8
з них – волоський горіх	379,7	397,6	384,1	420,4	420,4	40,7	110,7
ягоди	535,1	535,1	535,1	564,1	564,1	29,0	105,4
з них – суниця	242,0	242,0	242,0	247,8	247,8	5,8	102,4
малина	200,0	200,0	200,0	213,6	213,6	13,6	106,8
смородина	74,0	74,0	74,0	77,1	77,1	3,1	104,2
аґрус	16,1	16,1	16,1	18,1	18,1	2,0	112,4

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Додаток М

Динаміка валового збору овочевих культур у Полтавській області у 2010 – 2014 рр., тис. ц

Культура/ Категорії господарств	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р. (+/-)	2014 р. у % до 2010 р.
Усі категорії господарств							
Овочеві – всього	4055,7	5002,1	4919,2	4625,8	5217,4	1161,7	128,6
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	4038,1	4983,4	4903,1	4611,0	5200,3	1162,2	128,8
з них – капуста	522,0	876,6	807,1	791,7	899,3	377,3	172,3
огірки	479,7	593,3	393,9	607,5	556,7	77,0	116,1
помідори	806,5	901,6	1073,4	892,4	1024,1	217,6	127,0
буряки столові	336,4	504,7	476,3	414,7	531,9	195,5	158,1
морква столова	298,5	483,1	449,2	431,0	472,9	174,4	158,4
цибуля на ріпку	293,6	350,4	292,6	312,9	404,0	110,4	137,6
часник	83,3	108,9	105,9	112,1	113,2	29,9	135,9
зелений горошок	10,6	10,9	14,7	14,3	19,6	9,0	184,9
інші овочі	1207,5	1154,1	1089,9	1034,1	1178,6	-28,9	97,6
у т.ч.: гарбузи столові	553,2	487,7	444,9	405,3	465,7	-87,5	84,2
кабачки	489,3	490,5	442,9	424,2	506,3	17,0	103,5
баклажани	37,2	41,0	53,4	45,6	53,3	16,1	143,3
перець	83,7	100,9	101,3	103,4	102,3	18,6	122,2
цибуля зелена	33,4	21,0	33,8	36,4	35,1	1,7	105,1
Овочі закритого ґрунту	17,6	18,7	16,1	14,8	17,1	-0,5	97,2
Сільськогосподарські підприємства							
Овочеві – всього	47,9	96,4	96,5	108,1	107,3	59,4	224,0
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	39,4	86,8	89,5	102,4	99,3	59,9	252,0
з них – капуста	6,2	22,1	10,2	10,5	13,7	7,5	221,0
огірки	2,7	3,5	2,0		1,8	-0,9	66,7
помідори	5,1	6,2	5,1	2,7	4,7	-0,4	92,2
буряки столові	4,8	10,1	10,4	7,2	9,0	4,2	187,5
морква столова	3,0	7,7	23,0	42,9	2,5	-0,5	83,3
цибуля на ріпку	2,4	11,9	16,2	12,2	22,9	20,5	954,2
часник	0,0	0,0	0,3	0,6	0,2	0,2	0,0
зелений горошок	3,2	4,6	5,6	6,3	8,1	4,9	253,1
інші овочі	12,1	21,4	16,7	20,6	17,1	5,0	141,3
у т.ч.: гарбузи столові	1,5	3,6	0,3	0,6	0,5	-1,0	33,3
кабачки	9,5	10,7	8,2	5,5	6,8	-2,7	71,6
баклажани	0,1	0,1	0,3	0,2	0,2	0,1	200,0
перець	0,0	173,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,0
цибуля зелена	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Овочі закритого ґрунту	8,5	9,6	7,0	5,7	8,0	-0,5	94,1

Продовження додатку М

Господарства населення							
Овочеві – всього	4007,8	4905,7	4822,7	4517,6	5110,1	1102,3	127,5
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	3998,7	4896,6	4813,6	4508,5	5101,0	1102,3	127,6
з них – капуста	515,8	854,4	797,0	781,3	885,6	369,8	171,7
огірки	477,0	589,8	592,0		555,0	78,0	116,4
помідори	801,3	895,4	1068,2	88,9	1019,4	218,1	127,2
буряки столові	331,7	494,6	465,9	407,5	522,9	191,2	157,6
морква столова	295,5	475,4	426,2	388,1	449,4	153,9	152,1
цибуля на ріпку	291,2	338,5	276,8	300,6	381,0	89,8	130,8
часник	83,3	108,9	105,7	111,5	113,0	29,7	135,7
зелений горошок	7,4	6,6	9,1	8,0	11,5	4,1	155,4
інші овочі	1195,4	1132,7	1073,4	1013,6	1161,5	-33,9	97,2
у т.ч.: гарбузи столові	551,8	484,1	444,5	404,8	465,2	-86,6	84,3
кабачки	479,8	479,8	434,6	418,7	499,5	19,7	104,1
баклажани	37,1	40,9	53,1	45,4	53,1	16,0	143,1
перець	83,7	100,7	100,9	103,3	102,0	18,3	121,9
цибуля зелена	33,4	21,0	33,7	36,4	35,1	1,7	105,1
Овочі закритого ґрунту	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	0,0	100,0

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Додаток Н

Динаміка валового збору плодово-ягідних культур

у Полтавській області у 2010 – 2014 рр., тис. ц

Культура/ Категорії господарств	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р. (+/-)	2014 р. у % до 2010 р.
Усі категорії господарств							
Плодово-ягідні – всього	1006,4	939,7	913,8	1161,8	1064,6	58,2	105,8
у т.ч.: зерняткові	520,9	476,8	510,4	640,0	612,7	91,8	117,6
з них – яблуня	403,6	357,2	405,6	519,4	502,5	98,9	124,5
груша	117,2	119,6	104,9	120,6	110,1	-7,1	93,9
айва	325,8	342,0	300,0	405,3	335,0	9,2	102,8
кісточкові	101,3	65,8	96,6	98,1	78,1	-23,2	77,1
з них – слива	146,1	154,4	145,4	185,1	163,7	17,6	112,0
вишня	31,6	33,1	25,6	28,4	32,4	0,8	102,5
черешня	46,8	87,0	30,8	92,0	58,4	11,6	124,8
абрикос	64,2	72,3	55,7	66,0	58,3	-5,9	90,8
персик	64,2	72,3	55,7	66,0	58,3	-5,9	90,8
горіхоплідні	52,4	48,7	47,8	50,0	58,6	6,2	111,8
з них – волоський горіх	21,4	19,0	20,5	18,9	24,9	3,5	116,4
ягоди	12,4	12,2	11,7	13,2	15,7	3,3	126,6
з них – суниця	15,4	14,5	13,3	15,1	14,5	-0,9	94,2
малина	2,9	2,7	2,8	2,8	3,1	0,2	106,9
смородина	1006,4	939,7	913,8	1161,8	1064,6	58,2	105,8
аґрус	520,9	476,8	510,4	640,0	612,7	91,8	117,6
Сільськогосподарські підприємства							
Плодово-ягідні – всього	26,7	3,2	7,1	170,1	169,7	143,0	635,6
у т.ч.: зерняткові	25,0	2,0	5,6	139,4	168,5	143,5	674,0
з них – яблуня	25,0	2,0	5,6	139,4	168,5	143,5	674,0
груша	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
айва	0,8	0,6	0,6	29,5	0,5	-0,3	62,5
кісточкові	0,3	0,1	0,2	0,1	0,1	-0,2	33,3
з них – слива	0,1	0,2	0,2	28,9	0,2	0,1	200,0
вишня	0,3	0,0	0,2	0,0	0,0	-0,3	0,0
черешня	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	100,0
абрикос	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
персик	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
горіхоплідні	0,4	0,7	0,9	0,1	0,7	0,3	175,0
з них – волоський горіх	0,5	0,3	0,5	0,1	0,1	-0,4	20,0
ягоди	0,2	0,2	0,3	0,1	0,2	0,0	100,0
з них – суниця	0,4	0,1	0,1	0,0	0,0	-0,4	0,0
малина	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
смородина	26,7	3,2	7,1	170,1	169,7	143,0	635,6
аґрус	25,0	2,0	5,6	139,4	168,5	143,5	674,0

Продовження додатку Н

Господарства населення							
Плодово-ягідні – всього	979,7	936,5	906,6	991,7	895,0	-84,7	91,4
у т.ч.: зерняткові	495,9	474,8	504,8	500,6	444,2	-51,7	89,6
з них – яблуня	378,9	355,2	400,0	380,0	334,1	-44,8	88,2
груша	117,2	119,5	104,9	120,6	110,1	-7,1	93,9
айва	325,2	341,4	299,4	376,1	334,5	9,3	102,9
кісточкові	101,0	65,7	96,4	98,0	78,0	-23,0	77,2
з них – слива	146,0	154,2	145,2	156,2	163,5	17,5	112,0
вишня	31,3	33,0	25,4	28,1	32,2	0,9	102,9
черешня	46,8	87,0	30,8	92,0	58,3	11,5	124,6
абрикос	64,2	72,3	55,7	66,0	58,3	-5,9	90,8
персик	64,2	72,3	55,7	66,0	58,3	-5,9	90,8
горіхоплідні	51,4	48,0	46,8	50,0	57,9	6,5	112,6
з них – волоський горіх	21,3	18,7	20,0	18,8	24,8	3,5	17,9
ягоди	12,2	12,0	11,4	13,0	15,5	3,3	13,0
з них – суниця	15,0	14,4	12,2	15,0	14,5	-0,5	18,3
малина	2,9	2,7	3,1	2,8	2,8	-0,1	2,8
смородина	979,7	936,5	906,6	991,7	895,0	-84,7	91,4
аґрус	495,9	474,8	504,8	500,6	444,2	-51,7	89,6

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Додаток П

Динаміка урожайності овочевих культур у Полтавській області

у 2010 – 2014 рр., ц/га

Культура/ Категорії господарств	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р. (+/-)	2014 р. у % до 2010 р.
Усі категорії господарств							
Овочеві – всього	257,8	283,9	250,9	232,5	274,8	17,0	106,6
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	180,3	207,5	207,0	197,8	216,9	36,6	120,3
з них – капуста	165,5	266,5	245,7	245,5	280,5	115,0	169,5
огірки	51,5	152,9	170,6	176,8	164,8	113,3	320,0
помідори	157,4	214,1	235,4	205,6	225,6	68,2	143,3
буряки столові	212,1	256,4	252,4	216,9	268,5	56,4	126,6
морква столова	184,2	225,5	204,4	208,3	242,5	58,3	131,7
цибуля на ріпку	164,5	199,5	165,7	185,0	222,0	57,5	135,0
часник	166,7	124,7	111,6	115,6	121,0	-45,7	72,6
зелений горошок	104,9	34,7	53,1	47,9	65,7	-39,2	62,6
інші овочі	37,4	207,0	206,3	192,9	201,0	163,6	537,4
у т.ч.: гарбузи столові	204,3	227,2	246,0	233,3	252,1	47,8	123,4
кабачки	228,7	266,8	250,8	234,4	249,8	21,1	109,2
баклажани	243,0	120,6	130,0	107,0	115,6	-127,4	47,6
перець	110,8	128,0	118,8	113,0	107,1	-3,7	96,7
цибуля зелена	152,8	113,7	154,1	133,3	121,2	-31,6	79,3
Овочі закритого ґрунту	335,2	360,2	294,7	267,2	332,6	-2,6	99,2
Сільськогосподарські підприємства							
Овочеві – всього	330,8	399,2	273,7	241,2	372,6	41,8	112,6
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	60,8	90,2	115,7	147,6	135,6	74,8	223,0
з них – капуста	108,5	186,5	137,0	187,3	240,2	131,7	221,4
огірки	66,7	84,2	88,1	67,8	71,1	4,4	106,6
помідори	94,9	109,0	156,0	101,7	140,9	46,0	148,5
буряки столові	83,4	125,3	151,4	187,6	206,6	123,2	247,7
морква столова	62,1	111,0	210,8	441,4	260,9	198,8	420,1
цибуля на ріпку	43,5	133,2	214,8	152,1	294,7	251,2	677,5
часник	45,2	28,1	9,3	13,7	19,1	-26,1	42,3
зелений горошок	15,5	21,8	37,0	34,6	38,2	22,7	246,5
інші овочі	94,6	76,2	80,3	121,5	64,2	-30,4	67,9
у т.ч.: гарбузи столові	203,3	182,4	181,1	196,3	116,3	-87,0	57,2
кабачки	226,3	181,6	167,9	137,1	138,7	-87,6	61,3
баклажани	36,1	40,2	65,7	79,7	70,5	34,4	195,3
перець	20,0	60,0	57,0	46,2	85,6	65,6	428,0
цибуля зелена	41,3	35,4	7,3	31,6	19,4	-21,9	47,0
Овочі закритого ґрунту	600,7	708,1	431,7	334,8	609,5	8,8	101,5

Продовження додатку П

Господарства населення							
Овочеві – всього	210,6	224,8	223,6	218,3	228,4	17,8	108,4
у т.ч.: овочі відкритого ґрунту	183,9	212,4	210,1	199,4	219,5	35,6	119,4
з них – капуста	166,6	269,5	248,2	246,5	281,2	114,6	168,8
огірки	158,6	153,6	171,1	177,4	165,5	6,9	104,4
помідори	213,8	215,5	236,2	206,2	226,2	12,4	105,8
буряки столові	187,5	262,0	256,2	217,5	269,9	82,4	143,9
морква столова	167,3	229,4	204,1	196,8	241,6	74,3	144,4
цибуля на ріпку	170,6	203,0	163,5	186,6	218,7	48,1	128,2
часник	104,9	125,1	115,2	120,5	121,4	16,5	115,7
зелений горошок	99,9	76,0	72,3	73,3	80,1	-19,8	80,2
інші овочі	206,7	214,0	211,5	195,2	207,5	0,8	100,4
у т.ч.: гарбузи столові	228,8	227,6	246,1	233,4	252,4	23,6	110,3
кабачки	243,3	269,6	253,2	236,6	252,6	9,3	103,8
баклажани	111,1	121,2	130,6	107,1	115,9	4,8	104,3
перець	108,2	128,3	119,2	113,2	107,2	-1,0	99,1
цибуля зелена	152,8	113,8	161,3	133,6	121,4	-31,4	79,5
Овочі закритого ґрунту	237,3	237,1	237,1	237,2	237,2	-0,1	100,0

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Додаток Р

Динаміка урожайності плодово-ягідних культур

у Полтавській області у 2010 – 2014 рр., ц/га

Культура/ Категорії господарств	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р. (+/-)	2014 р. у % до 2010 р.
Усі категорії господарств							
Плодово-ягідні – всього	144,0	143,1	139,5	165,5	162,5	18,5	112,8
у т.ч.: зерняткові	136,0	140,1	152,7	172,0	178,8	42,8	131,5
з них – яблуня	122,8	124,7	144,5	163,2	173,8	51,0	141,5
груша	217,0	223,5	196,0	225,0	206,8	-10,2	95,3
айва	166,7	128,3	138,4	178,7	157,7	-9,0	94,6
кісточкові	175,4	114,1	165,4	173,0	138,7	-36,7	79,1
з них – слива	153,9	163,7	153,9	174,6	173,8	19,9	112,9
вишня	137,2	175,1	133,8	148,3	189,1	51,9	137,8
черешня	211,1	209,0	73,8	219,7	139,4	-71,7	66,0
абрикос	167,0	158,4	143,1	169,6	149,8	-17,2	89,7
персик	167,2	158,4	143,2	169,8	150,0	-17,2	89,7
горіхоплідні	82,9	78,2	73,4	78,5	95,6	12,7	115,3
з них – волоський горіх	79,1	69,4	71,9	67,7	91,1	12,0	115,2
ягоди	59,0	57,0	55,0	62,2	74,5	15,5	126,3
з них – суниця	116,0	125,3	94,1	115,5	133,5	17,5	115,1
малина	183,0	167,8	171,1	174,8	197,5	14,5	107,9
смородина	144,0	143,1	139,5	165,5	162,5	18,5	112,8
аґрус	136,0	140,1	152,7	172,0	178,8	42,8	131,5
Сільськогосподарські підприємства							
Плодово-ягідні – всього	12,0	2,0	3,8	73,3	91,6	79,6	763,3
у т.ч.: зерняткові	12,5	1,5	3,6	72,0	102,6	90,1	820,8
з них – яблуня	13,0	1,6	3,8	74,5	106,6	93,6	820,0
груша	0,1	0,4	0,1	0,2	0,4	0,3	400,0
айва	4,0	1,7	5,6	87,6	91,2	87,2	2280,0
кісточкові	4,3	13,6	2,2	14,2	1,9	-2,4	44,2
з них – слива	7,6	4,5	11,2	221,2	208,4	200,8	2742,1
вишня	2,9	4,5	4,1	5,6	7,4	4,5	255,2
черешня	3,8	4,5	4,6	5,1	5,	1,7	144,7
абрикос	96,4	101,4	89,5	98,1	101,8	5,4	105,6
персик	96,4	101,4	89,5	98,1	101,8	5,4	105,6
горіхоплідні	10,3	7,6	7,8	8,6	9,3	-1,0	90,3
з них – волоський горіх	18,3	10,8	10,6	26,8	16,0	-2,3	87,4
ягоди	16,6	16,9	23,4	14,3	18,9	2,3	113,9
з них – суниця	5,3	1,9	1,9	1,5	1,2	-4,1	22,6
малина	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
смородина	12,0	2,0	3,8	73,3	91,6	79,6	763,3
аґрус	12,5	1,5	3,6	72,0	102,6	90,1	820,8

Продовження додатку Р

Господарства населення							
Плодово-ягідні – всього	208,5	199,3	193,0	211,1	190,5	-18,0	91,4
у т.ч.: зерняткові	277,9	266,1	283,0	280,6	249,0	-28,9	89,6
з них – яблуня	288,6	270,7	304,8	289,6	254,6	-34,0	88,2
груша	80,3	254,4	223,2	256,7	24,4	-55,9	30,4
айва	183,9	189,1	164,3	188,4	167,6	-16,3	91,1
кісточкові	209,0	135,9	199,5	183,5	161,3	-47,7	77,2
з них – слива	157,0	165,9	156,2	168,1	152,6	-4,4	97,2
вишня	222,1	233,4	180,0	199,5	228,1	6,0	102,7
черешня	112,2	210,8	118,6	128,1	141,4	29,2	126,0
абрикос	170,5	161,8	201,4	168,4	151,7	-18,8	89,0
персик	170,6	161,8	201,4	168,4	151,8	-18,8	89,0
горіхоплідні	96,0	89,7	87,4	89,3	108,2	12,2	112,7
з них – волоський горіх	86,2	77,0	82,9	73,9	100,9	14,7	117,1
ягоди	61,2	60,0	57,2	65,2		-61,2	0,0
з них – суниця	203,3	194,3	165,1	171,2	195,9	-7,4	96,4
малина	183,0	167,8	171,1	174,9	197,5	14,5	107,9
смородина	208,5	199,3	193,0	211,1	190,5	-18,0	91,4
аґрус	277,9	266,1	283,0	280,6	249,0	-28,9	89,6

Джерело: розраховано за даними [210, 211]

Додаток С

Основні показники виробництва овочів відкритого ґрунту у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області за її адміністративними районами

Адміністративні райони	2010 р.			2011 р.			2012 р.			2013 р.			2014 р.		
	площа, га	валовий збір, ц	урожайність, ц/га	площа, га	валовий збір, ц	урожайність, ц/га	площа, га	валовий збір, ц	урожайність, ц/га	площа, га	валовий збір, ц	урожайність, ц/га	площа, га	валовий збір, ц	урожайність, ц/га
Великобагачанський	7,7	727,0	94,5	24,3	3086,0	127,2	21,7	4877,5	224,9	31,8	5699,2	179,4	23,8	5707,0	240,2
Гадяцький	10,2	548,3	53,6	15,5	234,2	15,2	28,8	5012,2	174,0	4,0	118,7	29,7	3,0	250,0	83,3
Глобинський	4,7	247,4	53,0	26,5	2414,4	91,1	-	-	59,0	6,1	587,8	95,7	-	-	208,6
Гребінківський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Диканський	12,7	150,1	11,9	25,0	3009,4	120,6	48,8	10548,0	216,2	56,2	32667,2	580,8	56,2	9637,5	171,5
Зіньківський	9,0	1544,6	172,0	6,4	3225,3	504,0	3,5	579,3	165,0	3,0	1162,4	384,8	4,8	1448,8	299,4
Карлівський	6,3	308,8	49,1	6,2	7058,4	152,7	52,1	7946,7	152,6	44,9	5677,9	126,3	-	6248,5	309,7
Кобеляцький	9,8	957,6	98,0	16,5	1577,5	95,5	4,2	617,3	147,3	4,6	259,6	56,1	5,2	312,8	60,0
Козельщинський	0,9	31,9	37,0	-	-	-	2,7	228,4	84,6	-	-	-	-	-	-
Котелевський	26,3	4621,9	175,9	-	-	115,2	-	-	120,7	-	-	91,5	-	-	164,7
Кременчуцький	24,1	5184,4	215,1	28,8	8350,2	290,4	20,4	5485,5	269,6	11,2	2114,0	188,8	12,4	1585,0	127,9
Лохвицький	6,4	134,4	21,0	4,3	296,1	68,9	3,8	137,0	36,0	-	-	-	-	-	-
Лубенський	29,0	1654,4	57,0	54,5	4682,3	86,0	46,5	2291,3	49,3	21,9	1123,0	51,3	23,5	1443,8	61,4
Машівський	29,5	1300,0	44,1	29,0	849,0	29,3	26,4	997,0	37,8	16,5	291,2	17,7	18,8	1508,0	80,2
Миргородський	17,7	1474,0	83,5	46,5	15905,4	341,8	55,3	20597,3	372,6	64,1	20399,7	318,1	68,6	26051,2	380,0
Новосанжарський	7,2	867,0	120,1	9,8	1585,6	162,6	4,8	382,4	79,5						166,0
Оржицький	2,5	83,4	33,3	12,1	1284,0	106,2	3,8	168,0	44,4	6,2	204,0	32,7	1,2	187,9	155,3
Пирятинський	323,5	12554,0	38,8	466,9	20212,7	43,3	339,6	20749,1	61,1	320,9	23865,0	74,7	388,2	22249,1	57,3
Полтавський	63,5	3106,5	48,9	63,4	3819,8	60,3	27,5	2680,7	97,5	14,8	578,6	39,2	26,9	7975,4	296,3
Решетилівський	0,5	79,0	158,0	-	-	74,0	-	-	78,4			49,0			143,7
Семенівський	25,4	1950,3	76,8	28,3	2873,4	101,7	25,3	1688,9	66,8	18,4	2251,0	122,2	23,9	3516,7	146,7
Хорольський	16,0	704,9	44,1	11,3	1014,9	90,1	19,0	661,3	34,8	36,9	2873,2	78,0	24,9	7044,8	282,8
Чорнухинський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Чутівський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Шишацький	-	-	-	5,3	866,2	162,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Область у цілому	648,1	39399,9	60,8	961,4	86753,5	90,2	773,3	89419,0	115,7	693,8	102374,1	147,6	731,9	99251,3	135,6

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

Додаток Т

Основні показники виробництва плодово-ягідної продукції у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області за її адміністративними районами

Адміністративні райони	2010 р.			2011 р.			2012 р.			2013 р.			2014 р.		
	площа, га	валовий збір, ц	урожайність, ц/га	площа, га	валовий збір, ц	урожайність, ц/га	площа, га	валовий збір, ц	урожайність, ц/га	площа, га	валовий збір, ц	урожайність, ц/га	площа, га	валовий збір, ц	урожайність, ц/га
Великобагачанський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Гадяцький	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Глобинський	147,7	477,0	3,2	102,9	-	-	106,7	492,3	4,6	88,7			88,7		
Гребінківський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Диканський	24,6	51,9	2,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Зіньківський	267,9	554,2	2,1	266,0	537,5	2,0	309,9	133,0	0,4	289,6	-	-	309,9	234,3	0,8
Карлівський	82,3			86,3	1578,0	18,3	95,2	2613,6	27,5	109,4	6476,3	59,2	114,3	5842,1	51,1
Кобеляцький	3,0	43,4	14,3	3,1	56,5	18,4	3,2	32,6	10,3	567,9	160053,7	281,9	451,7	156995,7	347,6
Козельщинський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Котелевський	155,9	-	-	155,9	-	-	155,8			155,8	-	-	-	-	-
Кременчуцький	427,8	847,0	2,0	43,9	416,0	9,5	41,4	1260,0	30,5	23,0	336,0	14,0	24,8	490,0	19,8
Лохвицький	-	-	-	-	-	-	272,5	-	-	274,5	-	-	274,5	-	-
Лубенський	6,9	5,6	0,8	6,9	10,0	1,4	6,9	11,1	1,6	6,9	2,3	0,3	6,9	36,0	5,2
Машівський	-	-	-	-	-	-	-	-	-				15,0	5,0	0,3
Миргородський	198,2	21172,0	106,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Новосанжарський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Оржицький	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пирятинський	15,7	110,0	7,0	15,7	62,0	3,9	6,2	40,0	6,5	6,2	298,0	48,1	6,2	99,0	16,0
Полтавський	398,9	40,2	0,1	407,2	68,4	0,2	413,8	385,7	0,9	406,8	460,9	1,1	402,3	101,5	0,3
Решетилівський	-	-	-	12,8	85,0	6,6	29,8	1042,0	35,0	30,8	-	-	-	-	-
Семенівський	10,1	37,0	3,7	10,5	-	-	10,5	-	-	10,5	-	-	10,5	-	-
Хорольський	186,9	2790,5	14,9	-	-	-	208,6	532,9	2,6	-	-	-	-	-	-
Чорнухинський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Чутівський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Шишацький	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	-
Область у цілому	2296,3	27547,4	12,0	1872,2	3743,6	2,0	1852,1	7116,5	3,8	2321,4	170089,6	73,3	1853,7	169721,3	91,6

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

Додаток У

Структура виробництва плодоовочевої продукції у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області за її адміністративними районами, %

Адміністративні райони	Овочева продукція					Плодово-ягідна продукція				
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
В-багачанський	1,69	-	1,85	3,56	5,45	-	-	-	-	-
Гадяцький	2,26	1,16	1,39	0,27	5,61	0,58	1,14	-	-	-
Глобинський	2,98	1,02	0,63	2,78	-	0,91	1,47	1,73	-	6,92
Гребінківський	0,51	0,20	-	-	-	-	-	-	-	-
Диканський	0,53	3,05	0,38	3,47	11,80	-	0,09	0,19	-	-
Зіньківський	3,31	3,12	3,92	3,72	0,65	0,03	1,87	2,01	14,36	1,87
Карлівський	4,94	1,30	0,78	8,14	8,89	1,06	5,32	-	42,15	36,73
Кобеляцький	1,12	2,27	2,43	1,82	0,69	0,10	0,59	0,16	1,51	0,46
Козельщинський	0,17	0,15	0,08	-	0,26	-	-	-	-	-
Котелевський	6,28	9,00	11,73	-	-	-	0,04	-	-	-
Кременчуцький	12,80	13,17	13,16	9,63	6,13	2,05	3,15	3,07	11,11	17,71
Лохвицький	0,39	0,80	0,34	0,34	0,15	0,06	-	-	-	-
Лубенський	2,99	2,20	4,20	5,40	2,56	0,01	0,44	0,02	0,27	0,16
Машівський	4,97	4,11	3,30	0,98	1,11	0,03	0,39	0,00	0,00	0,00
Миргородський	4,08	3,85	3,74	18,33	23,03	92,73	77,74	76,86	0,00	0,00
Новосанжарський	0,29	2,93	2,20	1,83	0,43	-	1,47	-	-	-
Оржицький	0,53	0,56	0,21	1,48	0,19	-	-	-	-	-
Пирятинський	8,41	21,97	31,86	23,30	23,20	0,20	1,39	0,40	1,66	0,56
Полтавський	8,40	10,16	7,88	4,40	3,00	1,40	0,71	0,15	1,83	5,42
Решетилівський	0,21	-	0,20	-	-	-	-	-	2,27	14,64
Семенівський	5,66	10,68	4,95	3,31	1,89	0,00	0,66	0,13	-	-
Хорольський	2,38	3,21	1,79	1,17	0,74	0,41	3,43	10,13	-	7,49
Чорнухинський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Чутівський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Шишацький	7,87	0,64	-	1,00	-	-	-	-	-	-
Область у цілому	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Джерело: розраховано за даними [225, 226, 227]

Додаток Ф

Розподіл основних регіональних представників економічної діяльності за кодом КВЕД 01.13 «Вирощування овочів і баштанних культур, коренеплодів і бульбоплодів»* по адміністративних районах Полтавської області

Адміністративний район	Код ЄДРПОУ	Назва підприємства	Юридична адреса	Овочеві культури
Миргородський	31622816	ТОВ «Агротех-гарантія»	Полтавська обл., Миргородський р-н, с. Бакумівка	Морква столова, цибуля на ріпку
Пирятинський	34699106	ТОВ «Довіра-2007»	Полтавська обл., Пирятинський р-н, с. Гурбинці	Кабачки, інші овочі
	32750228	ТОВ «Агрокон»	Полтавська обл., Пирятинський р-н, м. Пирятин, вул. Червоноармійська, 163	Зелений горошок
Полтавський	31034773	ТОВ «Полтава-сад»	Полтавська обл., Полтавський р-н, с. Розсошенці, вул. Облачна, 1	Морква столова
	8680649	ДП«Сільсько-господарське підприємство Крюківської виправної колонії УДПСУ у Полтавській області»	Полтавська обл., Полтавський р-н, с. Божківське, вул. Миру, 4	Буряки столові, морква столова
	30132468	Селянське (фермерське) господарство «Хан»	Полтавська обл., В-багачанський р-н, с. Устивиця	Капуста всяка, морква столова
Карлівський	34274875	ТОВ «АПК «Докучаєвські чорноземи»	Полтавська обл., Карлівський р-н, м. Карлівка, вул. В-Тирнівська, 51	Цибуля на ріпку, буряки столові
Кременчуцький	22518051	Фермерське господарство «Пустовіт і сини»	Полтавська обл., Кременчуцький р-н, с. Омельник, вул. Шкільна, 14	Капуста всяка, помідори
Гадяцький	32387287	ТОВ «Вікторія-агро»	Полтавська обл., Гадяцький р-н, с. Розбишівка, вул. Леніна, 3	Буряки столові, морква столова
В-багачанський	24385909	Селянське (фермерське) господарство «Грунтознавець»	Полтавська обл., В-багачанський р-н, с. Скибівщина, вул. Миру, 31	Капуста всяка, морква столова

*Групування здійснено за показником валового збору овочів відкритого ґрунту у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області

Джерело: розраховано за даними форми №29-сг (річна) «Підсумки збору врожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду» на 1 грудня 2012 року

Додаток Х

Розподіл основних регіональних представників економічної діяльності за кодом КВЕД 01.24 «Вирощування зерняткових і кісточкових фруктів»* по адміністративних районах Полтавської області

Адміністративний район	Код ЄДРПОУ	Назва підприємства	Юридична адреса	Плоди
Полтавський	31160632	ТОВ «Полтавська нафтова компанія»	м. Полтава, Октябрський р-н, вул. Автобазівська, 6	Яблуня, слива
	33376826	Приватне підприємство «Фірма Борисфен»	м. Полтава, Ленінський р-н, вул. Б.Хмельницького, 9/7, кв. 186	Яблуня
Лохвицький	412300	Публічне акціонерне товариство ім. Мічуріна	Полтавська обл., Лохвицький р-н, с. Криниця	Яблуня
Хорольський	5423113	Сільськогосподарський виробничий кооператив «Перемога»	Полтавська обл., Хорольський р-н, с. Клепачі, вул. Перемоги, 6	Яблуня, черешня
Глобинський	5423107	Приватне с/г підприємство з орендними відносинами «Колос»	Полтавська обл., Глобинський р-н, с. Опришки	Яблуня, груша
Котелевський	3773211	Сільськогосподарське товариство з обмеженою відповідальністю «Скіф»	Полтавська обл., Котелевський р-н, с. Більськ, вул. Леніна, 1	Яблуня
	32460293	ТОВ «Агрофірма «Маяк»	Полтавська обл., Котелевський р-н, смт Котельва, вул. Жовтнева, 320	Яблуня
Миргородський	36475303	Державне підприємство Сільськогосподарське підприємство ім. Іваненка»	Полтавська обл., Миргородський р-н, с. Петрівці, вул. Жовтнева, 120	Яблуня, кісточкові плоди
Зіньківський	31921729	ТОВ «Укрaгросоюз ком»	Полтавська обл., Зіньківський р-н, с. Пишненки, вул. Гагаріна, 6	Яблуня
Шишацький	3770684	Приватне сільськогосподарське підприємство «Нива»	Полтавська обл., Шишацький р-н, с. Баранівка	Яблуня

*Групування здійснено за показником валового збору плодів у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області

Джерело: розраховано за даними форми №29-сг (річна) «Підсумки збору врожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду» на 1 грудня 2012 року

Додаток Ц

Розподіл основних регіональних представників економічної діяльності за кодом КВЕД 01.25 «Вирощування ягід, горіхів, інших плодових дерев і чагарників»* по адміністративних районах Полтавської області

Адміністративний район	Код ЄДРПОУ	Назва підприємства	Юридична адреса	Ягоди
Хорольський	5423113	Сільськогосподарський виробничий кооператив «Перемога»	Полтавська обл., Хорольський р-н, с. Клепачі, вул. Перемоги, 6	Смородина
Миргородський	36475303	Державне підприємство «Сільськогосподарське підприємство ім. Іваненка»	Полтавська обл., Миргородський р-н, с. Петрівці, вул. Жовтнева, 120	Смородина
Гадяцький	412286	Колективне сільськогосподарське підприємство «Зелений гай»	Полтавська обл., Гадяцький р-н, м. Гадяч, вул. Першотравнева, 148	Суниця, полуниця
Лохвицький	412300	Публічне акціонерне товариство ім. Мічуріна	Полтавська обл., Лохвицький р-н, с. Криниця	Смородина
Полтавський	21061371	Фермерське благодійне господарство «Васюта»	Полтавська обл., Полтавський р-н, с. Миколаївка	Суниця, полуниця
	31389299	ТОВ «Аграрник-ltd»	Полтавська обл., Полтавський р-н, с. Божківське, вул. Заводська, 3	Суниця, полуниця
Кременчуцький	845795	Приватне сільськогосподарське підприємство «Майбородівське»	Полтавська обл., Кременчуцький р-н, с. Майбородівка, вул. Жовтнева, 33	Суниця, полуниця, малина
	13956740	Селянське (фермерське) господарство «Виногрона»	Полтавська обл., Кременчуцький р-н, с. Демидівка	Малина
Карлівський	34274875	ТОВ «Агропромислова компанія «Докучаєвські чорноземи»	Полтавська обл., Карлівський р-н, м. Карлівка, вул. В.-Тирнівська, 51	Суниця, полуниця, смородина
	384874	Приватне підприємство «Ланна-агро»	Полтавська обл., Карлівський р-н, с. Ланна, вул. Жовтнева, 5	Малина, смородина

*Групування здійснено за показником валового збору ягід у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області

Джерело: розраховано за даними форми №29-сг (річна) «Підсумки збору врожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду» на 1 грудня 2012 року

Додаток Ш

Основні суб'єкти господарювання, що займаються виробництвом овочів закритого ґрунту у Полтавській області

Адміністративний район	Код ЄДРПОУ	Назва підприємства	Юридична адреса
*Валовий збір овочів закритого ґрунту**			
Кременчуцький	35538833	ТОВ «Кременчуцька овочева фабрика»	Полтавська обл., Кременчуцький р-н, с. Омельник, вул. Козацька, 7
Полтавський	13929453	Мале колективне підприємство «Агрофірма «Гея»	Полтавська обл., м. Кременчук, Автозаводський р-н, вул. Свіштовська, 1
Кременчуцький	35287754	ТОВ «Декор Агро»	Полтавська обл., Кременчуцький р-н, с. Піщане, вул. Квіткова, 1-б
Полтавський	31562071	ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Полтавабіопродукт-Полтавський консервний завод»	м. Полтава, Київський р-н, вул. Червонофлотська, 15
Решетилівський	3758039	ТОВ «Агротехсервіс»	Полтавська обл., Решетилівський р-н, смт Решетилівка, вул. Великотирнівська, 4
*Площі овочів закритого ґрунту під теплиці***			
Кременчуцький	30941257	ТОВ «Голландські троянди»	Полтавська обл., м. Кременчук, Автозаводський р-н, вул. Рокоссовського, 64-а
Кременчуцький	35538833	ТОВ «Кременчуцька овочева фабрика»	Полтавська обл., Кременчуцький р-н, с. Омельник, вул. Козацька, 7
Полтавський	31562071	ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Полтавабіопродукт-Полтавський консервний завод»	м. Полтава, Київський р-н, вул. Червонофлотська, 15
Кременчуцький	13929453	Мале колективне підприємство «Агрофірма «Гея»	Полтавська обл., м. Кременчук, Автозаводський р-н, вул. Свіштовська, 1
Кременчуцький	35287754	ТОВ «Декор Агро»	Полтавська обл., Кременчуцький р-н, с. Піщане, вул. Квіткова, 1-б

*Групування здійснено за показником валового збору овочів закритого ґрунту у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області

**Групування здійснено за показником площ овочів закритого ґрунту в сільськогосподарських підприємствах Полтавської області

Джерело: розраховано за даними форми №29-сг (річна) «Підсумки збору врожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду» на 1 грудня 2012 року

Додаток Щ

Основні суб'єкти господарювання, які мають найбільші площі насаджень яблунь у Полтавській області

Адміністративний район	Код ЄДРПОУ	Назва підприємства	Юридична адреса
*загальна площа насаджень**			
Кременчуцький	845795	Приватне сільськогосподарське підприємство «Майбородівське»	Полтавська обл., Кременчуцький р-н, с. Майбородівка, вул. Жовтнева, 33
Полтавський	31160632	ТОВ «Полтавська нафтова компанія»	м. Полтава, Октябрський р-н, вул. Автобазівська, 6
Лохвицький	412300	Публічне акціонерне товариство ім. Мічуріна	Полтавська обл., Лохвицький р-н, с. Криниця
Полтавський	33376826	Приватне підприємство «Фірма Борисфен»	м. Полтава, Ленінський р-н, вул. Б. Хмельницького, 9/7, кв.186
Хорольський	5423113	Сільськогосподарський виробничий кооператив «Перемога»	Полтавська обл., Хорольський р-н, с. Клепачі, вул. Перемоги, 6
*площа насаджень у плодоносному віці***			
Полтавський	31160632	ТОВ «Полтавська нафтова компанія»	м. Полтава, Октябрський р-н, вул. Автобазівська, 6
Лохвицький	412300	Публічне акціонерне товариство ім. Мічуріна	Полтавська обл., Лохвицький р-н, с. Криниця
Полтавський	33376826	Приватне підприємство «Фірма Борисфен»	м. Полтава, Ленінський р-н, вул. Б. Хмельницького, 9/7, кв.186
Полтавський	5423113	Сільськогосподарський виробничий кооператив «Перемога»	Полтавська обл., Хорольський р-н, с. Клепачі, вул. Перемоги, 6
Котелевський	3773211	Сільськогосподарське товариство з обмеженою відповідальністю «Скіф»	Полтавська обл., Котелевський р-н, с. Більськ, вул. Леніна, 1

*Групування здійснено за показником загальної площі плодових насаджень у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області

**Групування здійснено за показником площі плодових насаджень у плодоносному віці в сільськогосподарських підприємствах Полтавської області

Джерело: розраховано за даними форми №29-сг (річна) «Підсумки збору врожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду» на 1 грудня 2012 року

Додаток Ю

Динаміка та структура реалізації овочевої продукції сільськогосподарськими підприємствами Полтавської області за її адміністративними районами, %

Адміністративні райони	Обсяги реалізації, ц					Структура, %				
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
В-багачанський	615,0	3354,3	6983,0	6532,0	10464,0	9,9	12,0	18,4	14,8	20,9
Гадяцький	0,0	0,0	0,0	208,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0
Глобинський	135,0	345,0	274,0	544,0	615,0	2,2	1,2	0,7	1,2	1,2
Гребінківський	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Диканський	76,0	181,0	330,0	254,0	184,3	1,2	0,6	0,9	0,6	0,4
Зіньківський	309,0	34,0	259,0	348,6	206,5	5,0	0,1	0,7	0,8	0,4
Карлівський	226,0	1937,0	5412,0	4557,0	2606,0	3,7	6,9	14,2	10,3	5,2
Кобеляцький	47,0	59,0	72,0	38,0	48,5	0,8	0,2	0,2	0,1	0,1
Козельщинський	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Котелевський	1865,0	1105,0	966,0	894,0	802,0	30,2	3,9	2,5	2,0	1,6
Кременчуцький	962,3	10193,0	7232,0	6120,0	7826,0	15,6	36,3	19,0	13,9	15,7
Лохвицький	148,0	133,0	128,6	118,1	48,5	2,4	0,5	0,3	0,3	0,1
Лубенський	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Машівський	68,5	150,8	120,8	182,0	399,0	1,1	0,5	0,3	0,4	0,8
Миргородський	208,0	6840,0	13038,0	21054,0	20071,0	3,4	24,4	34,3	47,7	40,2
Новосанжарський	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Оржицький	47,0	310,0	125,4	44,0	65,4	0,8	1,1	0,3	0,1	0,1
Пирятинський	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Полтавський	214,0	1178,0	1068,0	1609,0	4575,0	3,5	4,2	2,8	3,6	9,2
Решетилівський	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Семенівський	1082,0	2049,0	1125,0	1377,0	2105,0	17,5	7,3	3,0	3,1	4,2
Хорольський	239,0	374,0	482,5	286,3	215,2	3,9	1,3	1,3	0,6	0,4
Чорнухинський	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Чутівський	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Шишацький	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Область у цілому	6185,0	28063,0	37984,0	44133,0	49987,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Джерело: розраховано за даними [241-245]

Додаток Я

Розподіл основних регіональних представників економічної діяльності за кодом КВЕД 10.3 «Перероблення та консервування фруктів і овочів» по адміністративних районах Полтавської області у 2000 – 2014 рр.

Адміністративні райони	Суб'єкти господарської діяльності			
	Зареєстровані		фактично здійснювали діяльність	
	назва	код за ЄДРПОУ	Назва	код за ЄДРПОУ
м. Полтава	ВАТ «Полтавабіопродукт»		ТОВ «НВП «Полтава біопродукт» Полтавський консервний завод	31562071
	–	–	КП «Полтавський м'ясокомбінат»	424214
	–	–	ПП «Оптима-Плюс»	32142593
	ТОВ «Полтавський продукт»		–	–
	ТОВ «Комерційна фірма «Торговий дім «Артеміда»	33142416	–	–
Гадяцький	ВАТ «Лютенський консервний завод «Харчовик»	5518799	–	–
Глобинський	ТОВ «Агропромислове об'єднання глобинський консервний завод «Глобус»	30547403	Дочірнє підприємство Торговий дім «Глобус»	30951244
Зіньківський	Підприємство Полтавської облспоживспілки «Зіньківський консервний завод»	–	–	–
	ТОВ «Агропромислове об'єднання «Зіньків-агро»	34110254	–	–
Кобеляцький	–	–	ПАТ «Кобеляцький завод продовольчих товарів «Мрія»	382668
Котелевський	–	–	ТОВ «Євразія»	22524560
Кременчуцький	Багатопрофільне мале підприємство «Промплодоовоч»	22526317	–	–
Лохвицький	–	–	ПП «Еос»	25154419
Лубенський	–	–	ТОВ «Лубенський молочний завод»	446813
	ТОВ «Діодор»	31854684	–	–
	ТОВ «Магнолія»	26217903	–	–
	ВАТ «Лубенський завод продтоварів «Лукон»	–	–	–
Машівський	–	–	ДП «Сільськогосподарське підприємство Машівської виправної колонії УДПС в Полтавській області (№9)	8680626
Миргородський	Миргородський консервний завод	–	ПАТ «Миргородський завод продтоварів «Калинка»	377041
	ТОВ «Бабусині рецепти»	32038240	ТОВ «Бабусині рецепти»	32038240
Новосанжарський	Новосанжарський консервний комбінат	31040881	–	–
Пирятинський	–	–	ТОВ «Агрокон»	32750228
	ТОВ «Пирятинагроконсерв»	32021330	Група компаній «Укрполе»	–

Джерело: за даними «Звіту про виробництво та реалізацію промислової продукції» ф. №1 П-НПП (річна). Реквізити підприємств заповнені за даними ЄДРПОУ.

Додаток АА

Розподіл основних регіональних представників економічної діяльності за кодом КВЕД 10.3 «Перероблення та консервування фруктів і овочів» по адміністративних районах Полтавської області у 2014 р.

Адміністративні райони	Код ЄДРПОУ	Назва	Спеціалізація
м. Полтава	424214	Колективне підприємство «Полтавський м'ясокомбінат»	Виробництво томатів консервованих, овочів та сумішей овочевих, огірків солоних і квашених
	31562071	ТОВ «Наукове-иробниче підприємство «Полтава біопродукт-Полтавський консервний завод»	Виробництво томатів консервованих цілих або розрізаних на частини
	32142593	ПП «Оптима-Плюс»	Виробництво томатів консервованих, капусти квашеної, овочів та сумішей овочевих, огірків солоних і квашених
Кобеляцький	382668	ПАТ «Кобеляцький завод продовольчих товарів «Мрія»	Виробництво джемів, желе фруктових, пюре та паст фруктових чи горіхових
Котелевський	22524560	ТОВ «Євразія»	Виробництво овочів, грибів, консервованих
Лохвицький	25154419	ПП «Еос»	Виробництво соку яблучного натурального
Лубенський	446813	ТОВ «Лубенський молочний завод»	Виробництво джемів, желе фруктових, пюре та паст фруктових чи горіхових
Машівський	8680626	Державне підприємство «Сільськогосподарське підприємство Машівської виправної колонії УДПС України в Полтавській області (№9)	Виробництво соку і пюре томатного натурального, капусти квашеної, овочів консервованих та овочевих сумішей, огірків солоних і квашених Виробництво джемів, желе фруктових, пюре та фруктових паст
Миргородський	377041	ПАТ «Миргородський завод продтоварів «Калинка»	Виробництво овочів, грибів, консервованих
Пирятинський	32750228	ТОВ «Агрокон»	Виробництво гороху консервованого натурального (без додавання оцту чи оцтової кислоти), незамороженого

Джерело: за даними «Звіту про виробництво та реалізацію промислової продукції» ф. №1 П-НПП (річна). Реквізити підприємств заповнені за даними ЄДРПОУ.

Додаток АБ

Обсяги та структура виробництва продуктів промислового перероблення овочів та фруктів у Полтавській області

Найменування номенклатурних груп продукції	2010 р.		2011 р.		2012 р.		2013 р.		2014 р.	
	обсяг, т	структура, %	обсяг, т	структура, %	обсяг, т	структура, %	обсяг, т	структура, %	обсяг, т	структура, %
Соки натуральні	-	X	382,0	15,9	139,0	6,3	98,0	2,4	-	X
Овочі консервовані натуральні	1435,0	41,4	857,0	35,6	875,0	39,5	1790,0	44,2	697,0	44,9
Томати, приготовлені чи консервовані натуральні	46,0	1,3	37,0	1,5	38,0	1,7	6,0	0,1	6,0	0,4
Капуста квашена, горох, боби, кукурудза цукрова консервовані натуральні, незаморожені	1258,0	36,3	732,0	30,4	453,0	20,5	1249,0	30,8	686,0	44,2
Овочі та суміші овочеві інші, незаморожені (страви овочеві і грибні, огірки солоні і квашені)	131,0	3,8	88,0	3,7	384,0	17,4	535,0	13,2	5,0	0,3
Овочі, фрукти, гриби, консервовані з додаванням оцту чи оцтової кислоти	347,0	10,0	184,0	7,7	219,0	9,9	268,0	6,6	63,0	4,1
Джеми, желе фруктові, пюре та пасти фруктові чи горіхові	249,0	7,2	125,0	5,2	105,0	4,7	104,0	2,6	96,0	6,2
Разом	3466,0	100,0	2405,0	100,0	2213,0	100,0	4050,0	100,0	1553,0	100,0

Джерело: розраховано за даними [288, 289]; «Звіт про виробництво та реалізацію промислової продукції» ф. №1 П-НПП (річна)

Додаток АВ

Модель транспортної задачі оптимізації обсягів виробництва для плодоовочевої продукції

	Північно-лісостепова		Центрально-лісостепова		Південно-лісостепова		Південно-степова		Запаси ai	Ui
Північно-лісостепова		Спн-лс* пн-лс		Спн-лс* ц-лс		Спн-лс* пд-лс		Спн-лс* пд-с	Апн-лс	
	Хпн-лс* пн-лс		**Хпн-лс* ц-лс**		**Хпн-лс* пд-лс**		**Хпн-лс* пд-с**			
Центрально-лісостепова		Сц-лс* пн-лс		Сц-лс* ц-лс		Сц-лс* пд-лс		Сц-лс* пд-с	Ац-лс	
	Хц-лс* пн-лс		**Хц-лс* ц-лс**		**Хц-лс* пд-лс**		**Хц-лс* пд-с**			
Південно-лісостепова		Спд-лс* пн-лс		Спд-лс* ц-лс		Спд-лс* пд-лс		Спд-лс* пд-с	Апд-лс	
	Хпд-лс* пн-лс		**Хпд-лс* ц-лс**		**Хпд-лс* пд-лс**		**Хпд-лс* пд-с**			
Південно-степова		Спд-с* пн-лс		Спд-с* ц-лс		Спд-с* пд-лс		Спд-с* пд-с	Апд-с	
	Хпд-с* пн-лс		**Хпд-с* ц-лс**		**Хпд-с* пд-лс**		**Хпд-с* пд-с**			
Потреби bj	Впн-лс		Вц-лс		Впд-лс		Впд-с			
Vj										**Zmin**

=СУММПРОИЗВ(C3;E3;G3;I3;C5;E5;G5;I5;C7;E7;G7;I7;C9;E9;G9;I9;B4;D4;F4;H4;B6;D6;F6;H6;B8;D8;F8;H8;B10;D10;F10;H10)

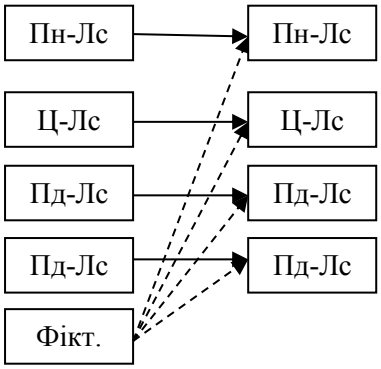
Додаток АД

Модель оптимізації обсягів виробництва капусти у Полтавській області

	Північно-лісостепова		Центрально-лісостепова		Південно-лісостепова		Південно-степова		Запаси ai	Ui
Північно-лісостепова		3,18		3,98		4,77		4,77	188,7	0
	188,7									
Центрально-лісостепова		3,85		3,08		3,85		3,85	266,1	7,03
			266,1							
Південно-лісостепова		4,74		3,95		3,16		3,95	237,9	6,32
					237,9					
Південно-степова		3,54		2,95		2,95		2,36	205,5	6,72
							205,5			
Фіктивний		3,18		3,08		3,16		2,36	**384,6**	0
	92,0		**30,7**		**117,0**		**144,9**			
Потреби bj	280,7		296,8		354,9		350,4		**1282,8**	
Vj	-3,18		-3,95		-3,16		-4,36		**898,2**	**3755,2**

План є оптимальним

Хпн-лс*пн-лс	=	188,7
Хпн-лс*ц-лс	=	0,0
Хпн-лс*пд-лс	=	0,0
Хпн-лс*пд-с	=	0,0
Хц-лс*пн-лс	=	0,0
Хц-лс*ц-лс	=	266,1
Хц-лс*пд-лс	=	0,0
Хц-лс*пд-с	=	0,0
Хпд-лс*пн-лс	=	0,0
Хпд-лс*ц-лс	=	0,0
Хпд-лс*пд-лс	=	237,9
Хпд-лс*пд-с	=	0,0
Хпд-с*пн-лс	=	0,0
Хпд-с*ц-лс	=	0,0
Хпд-с*пд-лс	=	0
Хпд-с*пд-с	=	205,5



Z_{min} = 3755,2

Додаток АЕ

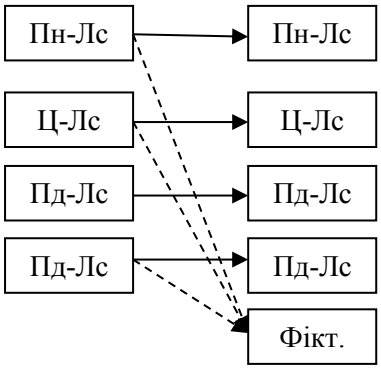
Модель оптимізації обсягів виробництва огірків у Полтавській області

	Північно-лісостепова		Центрально-лісостепова		Південно-лісостепова		Південно-степова		Фіктивний		Запаси ai	Ui
Північно-лісостепова		8,97		11,21		13,46		13,46		8,97	117,8	0
	23,5								**94,3**			
Центрально-лісостепова		9,79		7,83		9,79		9,79		7,83	162,2	0,82
			29,6						**132,6**			
Південно-лісостепова		14,39		11,99		9,59		11,99		9,59	148,5	4,72
					55,5				**93,0**			
Південно-степова		12,30		10,25		10,25		8,20		8,20	128,2	3,33
							50,8		**77,4**			
Потреби bj	23,5		29,6		55,5		50,8		**397,3**		**556,7**	
Vj	8,97		7,01		4,87		4,87		4,87		**159,4**	**4802,1**

План є оптимальним

Хпн-лс*пн-лс	=	23,5
Хпн-лс*ц-лс	=	0,0
Хпн-лс*пд-лс	=	0,0
Хпн-лс*пд-с	=	0,0
Хц-лс*пн-лс	=	0,0
Хц-лс*ц-лс	=	29,6
Хц-лс*пд-лс	=	0,0
Хц-лс*пд-с	=	0,0
Хпд-лс*пн-лс	=	0,0
Хпд-лс*ц-лс	=	0,0
Хпд-лс*пд-лс	=	55,5
Хпд-лс*пд-с	=	0,0
Хпд-с*пн-лс	=	0,0
Хпд-с*ц-лс	=	0,0
Хпд-с*пд-лс	=	0,0
Хпд-с*пд-с	=	50,8

Z_{min} = 4802,1



X пн-лс$_{Фікт}$= 94,3

Хц-лс$_{Фікт}$= 132,6

Хпд-лс$_{Фікт}$= 93,0

Хпд-с$_{Фікт}$= 77,4

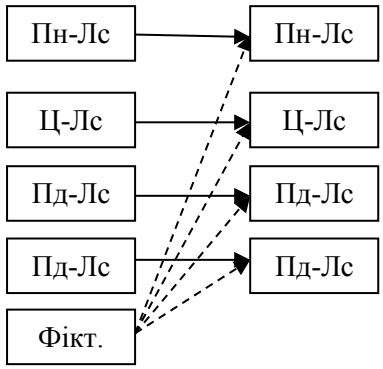
Додаток АЖ

Модель оптимізації обсягів виробництва помідорів у Полтавській області

	Північно-лісостепова		Центрально-лісостепова		Південно-лісостепова		Південно-степова		Запаси ai	Ui
Північно-лісостепова		9,44		11,80		14,16		14,19	111,5	0
	111,5									
Центрально-лісостепова		8,96		6,95		8,69		8,69	157,2	18,40
			157,2							
Південно-лісостепова		14,22		11,85		9,48		14,80	141,8	16,32
					141,8					
Південно-степова		11,09		9,24		9,24		7,39	121,3	20,53
							121,3			
Фіктивний		9,44		6,95		9,48		7,39	**2226,9**	0
	524,4		**500,3**		**593,9**		**608,3**			
Потреби bj	635,9		657,5		735,7		729,6		**2758,7**	
Vj	-9,44		-11,45		-9,48		-13,14		**531,8**	**22939**

План є оптимальним

Хпн-лс*пн-лс	=	111,5
Хпн-лс*ц-лс	=	0,0
Хпн-лс*пд-лс	=	0,0
Хпн-лс*пд-с	=	0,0
Хц-лс*пн-лс	=	0,0
Хц-лс*ц-лс	=	157,2
Хц-лс*пд-лс	=	0,0
Хц-лс*пд-с	=	0,0
Хпд-лс*пн-лс	=	0,0
Хпд-лс*ц-лс	=	0,0
Хпд-лс*пд-лс	=	141,8
Хпд-лс*пд-с	=	0,0
Хпд-с*пн-лс	=	0,0
Хпд-с*ц-лс	=	0,0
Хпд-с*пд-лс	=	0,0
Хпд-с*пд-с	=	121,3



X пн-лс$_{Фікт}$= 524,4

Хц-лс$_{Фікт}$= 500,3

Хпд-лс$_{Фікт}$= 593,9

Хпд-с$_{Фікт}$= 608,3

Z_{min} = 22939,0

Додаток А3

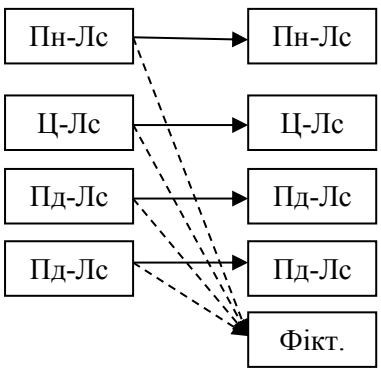
Модель оптимізації обсягів виробництва буряків у Полтавській області

	Північно-лісостепова		Центрально-лісостепова		Південно-лісостепова		Південно-степова		Фіктивний		Запаси ai	Ui
Північно-лісостепова		3,52		4,40		5,28		5,28		3,52	111,5	0
	18,1								**93,4**			
Центрально-лісостепова		3,93		3,14		4,91		4,91		3,93	157,2	0,41
			23,7						**133,5**			
Південно-лісостепова		4,61		3,84		3,07		3,84		3,07	141,8	1,08
					43,7				**98,1**			
Південно-степова		4,58		3,81		3,81		3,05		3,05	121,3	1,06
							42,2		**79,1**			
Потреби bj	18,1		23,7		43,7		42,2		**404,1**		**531,8**	
Vj	3,52		2,74		2,00		2,00		2,00		**127,7**	**1796,18**

План є оптимальним

Хпн-лс*пн-лс	=	18,1
Хпн-лс*ц-лс	=	0,0
Хпн-лс*пд-лс	=	0,0
Хпн-лс*пд-с	=	0,0
Хц-лс*пн-лс	=	0,0
Хц-лс*ц-лс	=	23,7
Хц-лс*пд-лс	=	0,0
Хц-лс*пд-с	=	0,0
Хпд-лс*пн-лс	=	0,0
Хпд-лс*ц-лс	=	0,0
Хпд-лс*пд-лс	=	43,7
Хпд-лс*пд-с	=	0,0
Хпд-с*пн-лс	=	0,0
Хпд-с*ц-лс	=	0,0
Хпд-с*пд-лс	=	9,3
Хпд-с*пд-с	=	42,2

Z_{min} = 1796,2



Х пн-лс$_{Фікт}$= 93,4

Хц-лс$_{Фікт}$= 133,5

Хпд-лс$_{Фікт}$= 98,1

Хпд-с$_{Фікт}$= 79,1

Додаток АИ

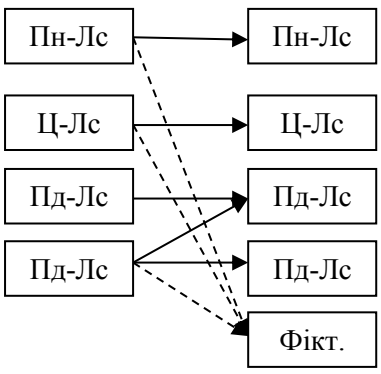
Модель оптимізації обсягів виробництва моркви у Полтавській області

	Північно-лісостепова		Центрально-лісостепова		Південно-лісостепова		Південно-степова		Фіктивний		Запаси ai	Ui
Північно-лісостепова		5,27		6,59		7,91		7,91		5,27	95,7	0
	18,1								**77,6**			
Центрально-лісостепова		5,59		4,47		5,59		5,59		4,47	136,0	0,32
			23,7						**112,3**			
Південно-лісостепова		6,47		5,39		4,31		5,39		4,31	137,2	1,18
					43,7				**93,5**			
Південно-степова		6,41		5,34		5,34		4,27		4,27	104,1	1,14
							42,2		**61,9**			
Потреби bj	50,7		28,4		108,4		19,0		**345,3**		**473,0**	
Vj	5,27		4,15		3,14		3,14		3,14		**206,5**	**2276,0**

План є оптимальним

Хпн-лс*пн-лс = 18,1
Хпн-лс*ц-лс = 0,0
Хпн-лс*пд-лс = 0,0
Хпн-лс*пд-с = 0,0
Хц-лс*пн-лс = 0,0
Хц-лс*ц-лс = 23,7
Хц-лс*пд-лс = 0,0
Хц-лс*пд-с = 0,0
Хпд-лс*пн-лс = 0,0
Хпд-лс*ц-лс = 0,0
Хпд-лс*пд-лс = 43,7
Хпд-лс*пд-с = 0,0
Хпд-с*пн-лс = 0,0
Хпд-с*ц-лс = 0,0
Хпд-с*пд-лс = 0,0
Хпд-с*пд-с = 42,2

Z_{min} = 2276,0



Х пн-лс$_{Фікт}$= 77,6

Хц-лс$_{Фікт}$=112,8

Хпд-лс$_{Фікт}$= 93,5

Хпд-с$_{Фікт}$= 61,9

Додаток АК

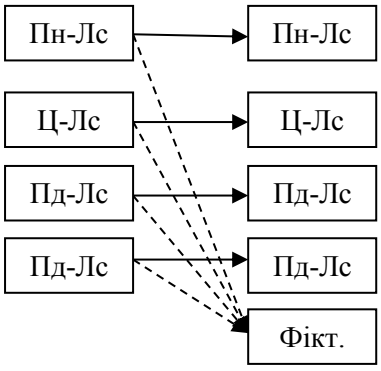
Модель оптимізації обсягів виробництва цибулі у Полтавській області

	Північно-лісостепова		Центрально-лісостепова		Південно-лісостепова		Південно-степова		Фіктивний		Запаси ai	Ui
Північно-лісостепова		3,32		4,15		4,98		4,98		3,32	81,1	0
	21,8								**59,3**			
Центрально-лісостепова		3,84		3,07		3,84		3,84		3,07	131,5	0,52
			28,4						**103,1**			
Південно-лісостепова		5,10		4,25		3,40		4,25		3,40	102,6	1,66
					52,5				**50,1**			
Південно-степова		4,74		3,95		3,95		3,16		3,16	88,6	1,42
							50,6		**38,0**			
Потреби bj	21,8		28,4		52,5		50,6		**250,5**		**403,8**	
Vj	3,32		2,55		1,74		1,74		1,74		**153,3**	**1318,2**

План є оптимальним

Хпн-лс*пн-лс	=	21,8
Хпн-лс*ц-лс	=	0,0
Хпн-лс*пд-лс	=	0,0
Хпн-лс*пд-с	=	0,0
Хц-лс*пн-лс	=	0,0
Хц-лс*ц-лс	=	28,4
Хц-лс*пд-лс	=	0,0
Хц-лс*пд-с	=	0,0
Хпд-лс*пн-лс	=	0,0
Хпд-лс*ц-лс	=	0,0
Хпд-лс*пд-лс	=	52,5
Хпд-лс*пд-с	=	0,0
Хпд-с*пн-лс	=	0,0
Хпд-с*ц-лс	=	0,0
Хпд-с*пд-лс	=	0,0
Хпд-с*пд-с	=	50,6

Z_{min} = 1381,2



Х пн-лс$_{Фікт}$= 59,3

Хц-лс$_{Фікт}$= 103,1

Хпд-лс$_{Фікт}$= 50,1

Хпд-с$_{Фікт}$= 38,0

Додаток АЛ

Найбільші оптові ринки сільськогосподарської продукції світу

Назва ринку	Країна	Рік створення	Площа (тис. $м^2$)
Sidney Market	Австралія	1987	673
Mercasevilla S. A.	Іспанія	1971	444
Berliner Grossmarkt	Німеччина	1975	330
Maryland Food Center	США	1967	330
Grossmarkthalle München	Німеччина	1912	310
Grossmark-Hamburg	Німеччина	1962	268
Rungis	Франція	1967	230
Mercamadrid	Іспанія	1982	176
Corporacion del Mercado	Аргентина	1984	127
Velikopolska Gielda	Польща	1992	120

Джерело: власні дослідження

ПОЛТАВСЬКА РАЙОННА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ПОЛТАВСЬКА ОБЛАСТЬ
УПРАВЛІННЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ
вул.Шевченка,7 м.Полтава, 36011, тел.: 7 – 35 – 19, 7– 34 – 81
upr-poltav@yandex.ruКод ЄДРПОУ 00732559

25.10.2015 р № 441/01-08 На № від

ДОВІДКА
про впровадження результатів науково-дослідної роботи

Видана аспіранту кафедри маркетингу Полтавської державної аграрної академії Яснолоб Ілоні Олександрівні у тому, що Управління агропромислового розвитку Полтавської районної державної адміністрації використовує матеріали, розроблені Яснолоб І.О. для вирішення наступних проблем:

- посилення інтеграції науки та практики виробництва, переробки і реалізації плодоовочевої продукції, при зростанні впливу інноваційної діяльності;
- забезпечення сприятливих умов для ведення плодоовочевого виробництва і збуту виробленої продукції підприємствами різних форм власності та господарювання;
- формуванні регіонального плодоовочевого оптового ринку у м. Полтаві.

Ефективність використання методичних розробок автора визначається тим, що їх реалізація проводиться у вигляді концептуальних положень з розширення виробництва конкурентоспроможної плодоовочевої продукції та її реалізації при умові стабільного функціонування регіонального оптового ринку.

Начальник управління
агропромислового розвитку М.Г. Кійко

КАРЛІВСЬКА РАЙОННА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ
УПРАВЛІННЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ
вул. Леніна 54 , м. Карлівка, 39500, тел. (+38 05346) 2-25-93, факс (+38 05346) 2-25-93
E-mail:dolina@ukrpost.ua , Код ЄДРПОУ 00732699

№ 184/01-03 від 10.09.2015р.

ДОВІДКА

Видана аспіранту кафедри маркетингу Полтавської державної аграрної академії Яснолоб Ілоні Олександрівні, у тому, що її розробка Моделі оптимізації обсягів виробництва та раціонального розміщення посівів овочевих та плодово-ягідних культур прийнята до впровадження Управлінням агропромислового розвитку Карлівської районної державної адміністрації

При цьому пропозиції розроблені Яснолоб І.О. використовуються для вирішення проблеми: оптимального розподілу продукції овочівництва по регіону з урахуванням обсягів їх виробництва і мінімально-необхідних об'ємів споживання та забезпечення населення регіону свіжою та переробленою плодоовочевою продукцією згідно раціонально-обґрунтованих норм.

Начальник управління С.Б.Костенко

Товариство з обмеженою відповідальністю
"НВП "ПолтаваБіоПродукт-Полтавський консервний завод"

Україна, 36010, м. Полтава, вул. Червонофлотська, 15
Код ЄДРПОУ 31562071
п/р 26001060036018 в ПГРУ ПАТ КБ «ПриватБанк», м. Полтава, **МФО** 331401
тел./факс: (05322) 2-68-86
e-mail: poltavabioprod@mail.ru

Вих. № 106
від "22" жовтня 2013р.

Довідка

про впровадження наукових розробок

аспіранта кафедри маркетингу Полтавської державної аграрної академії

Яснолоб Ілони Олександрівни

У ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Полтавабіопродукт-Полтавський консервний завод» прийнято до впровадження наукові розробки Яснолоб І.О. щодо формування регіонального ринку плодоовочевої продукції. Вони запроваджуються у виробничий процес у вигляді наступних рекомендацій:

- підвищення рівня конкурентоспроможності продукції на основі цінової переваги та забезпечення умов для розвитку конкурентного ринку;
- розвиток ринкової інфраструктури;
- формування платоспроможного попиту населення та зростання рівня споживання плодоовочевої продукції в регіоні.

Довідка надана для подання у Спеціалізовану Вчену раду по захисту дисертаційних робіт.

Директор ТОВ «НВП «Полтавабіопродукт-
Полтавський консервний завод» Ю.М. Зоря

Україна
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«ПОЛТАВА-САД»
ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ КОД 31034773
38751, Полтавська область,
Полтавський район, с.Розсошенці, вул.Облачна,1

№ 36

«15» 08 2015 р.

ДОВІДКА

ТОВ «Полтава-сад» Полтавської області прийняло до впровадження наукові розробки Яснолоб Ілони Олександрівни щодо підвищення ефективності виробництва та реалізації плодоовочевої продукції. Вони використовуються у господарській діяльності у вигляді наступних рекомендацій:

- зростання обсягів пропозиції на ринку області за рахунок інтенсифікації ведення спеціалізованого плодоовочевого виробництва, застосування перспективних сортів та гібридів, дотримання технологій їх вирощування;

- зниження собівартості та зростання обсягів виробництва товарних овочів, за рахунок підвищення рівня їх урожайності;

- досягнення оптимального рівня концентрації виробництва.

Довідка надана для пред'явлення за місцем захисту дисертаційної роботи Яснолоб І.О.

Директор ТОВ «Полтава-сад» Д.В. Штанько

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

вул. Г. Сковороди, 1/3, м. Полтава, 36003, тел./факс: (0532) 50-02-73,
E-mail: pdaa@pdaa.com.ua Код ЄДРПОУ 00493014

21.12.2015 № 08-06/135 На № _____ від _____

ДОВІДКА

про використання у навчальному процесі результатів наукових досліджень асистента кафедри маркетингу Яснолоб Ілони Олександрівни

Теоретичні та методичні положення дисертаційного дослідження, що стосуються проблем формування та забезпечення ефективного функціонування ринку плодоовочевої продукції використовуються при викладанні лекційних курсів з дисциплін «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Управління конкурентоспроможністю підприємства», «Логістика» для підготовки бакалаврів, спеціалістів і магістрів зі спеціальностей «Економіка підприємства», «Менеджмент організації».

Проректор з науково-педагогічної,
наукової роботи, доцент О.О. Горб

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

вул. Г. Сковороди, 1/3, м. Полтава, 36003, тел./факс: (0532) 50-02-73,
E-mail: pdaa@pdaa.com.ua Код ЄДРПОУ 00493014

31.12.2015 № 01-06/438 На № _____ від _____

ДОВІДКА

Видана асистенту кафедри маркетингу Яснолоб Ілоні Олександрівні в тому, що вона протягом 2011-2015 рр. приймала активну участь у виконанні науково-дослідних тематик: «Організаційно-економічний механізм формування конкурентоспроможності агропромислового комплексу» (номер державної реєстрації 0104U002550) та «Формування конкурентної стратегії підприємств АПК та регулювання цінової політики на ринку сільськогосподарської продукції» (номер державної реєстрації 0111U002782). У межах цих тем автором здійсненні дослідження, на основі яких були обгрунтовані заходи щодо підвищення ефективності функціонування ринку плодоовочевої продукції.

Ректор академії,
професор В.І. Аранчій