

ви до залучення коштів приватного сектору економіки як вітчизняного, так і зарубіжного. Слід створити конкурентне середовище між лізинговими компаніями, що, як свідчить практика західних країн, забезпечує покращання їх роботи, здешевлює послуги, поліпшує якість.

Для покращення фінансового стану сільськогосподарських підприємств потрібно удосконалити кредитну політику, суть якої полягає у зменшенні процентних ставок і стимулюванні довгострокових кредитів. Запровадження в Україні інституту продажу й застави землі також відкриє нові можливості перед агровиробниками. Це дозволить реалізувати нові фінансові схеми при купівлі сільськогосподарської техніки, зокрема, одержати кредит на закупівлю необхідного обладнання приватним власникам можна буде під заставу приватизованої землі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Андрійчук В.Г. Фінансовий лізинг у розвитку матеріально-технічної бази аграрних підприємств / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. - 2003. - 3(101). - С. 66-69.
2. Більський В.Г. Реструктуризація матеріально-технічної бази агропромислового комплексу / Більський В.Г., Підлісецький Г.М., Саблук П.Т. // К.: ІАЕ, 2003. - 296 с.
3. Лагодієнко В.В. Щодо формування технічного сервісу сільськогосподарських машин і знарядь в сучасних умовах / В.В. Лагодієнко // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – Миколаїв: МДАУ, 2005. - Вип. 1(29) : Економічні науки. Сільськогосподарські науки. Технічні науки. - С. 53-57.
4. Мармуль Л.О. Ефективність використання основних засобів аграрних підприємств: монографія / Л.О. Мармуль, О.М. Федорчук // К.: ННЦ "Інститут аграрної економіки". - 2007. - 208 с.
5. Малік М.Й. Соціально-економічні засади розвитку сільських територій (економіка підприємництва і менеджмент) / М.Й. Малік, М.Ф. Кропивко, О.Г. Булавка та ін. // К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 642 с
6. Шпак М. «Украгролізинг – оптимальний фінансовий партнер» журнал для працівників агропромислового комплексу // М. Шпак / «Механізація сільського господарства №1(36) 2012. – С. 6-7.

*Рецензент – к.е.н., професор Аранчій В.І.*

УДК: 338.433:634/635

## **КОН'ЮНКТУРНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

*Яснолоб І.О., асистент*

*Полтавська державна аграрна академія*

*Охарактеризовано сутність кон'юнктурного аналізу плодоовочевого ринку. Визначено особливості функціонування ринку, виділені основні напрями його дослідження. Розглянуто систему статистичних показників для вивчення кон'юнктури ринку плодоовочевої продукції. Проаналізовано методи та способи прогнозування кон'юнктури ринку. Запропоновано авторську методику дослідження плодоовочевого ринку, з урахуванням тенденцій розвитку аграрної галузі. Обґрунтовано доцільність та ефективність її використання.*

*The essence of conjuncture research of the fruit and vegetable market has been described. The peculiarities of functioning of the market have been determined; the main directions of its statistical study have been singled out. The system of statistical indices for research of the fruit and vegetable market has been examined. The methods and ways of forecasting of the market conjuncture have been analyzed. The author studies the method of fruit*

*and vegetable market, taking into account trends in the agricultural sector. The effectiveness of the use of the method.*

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

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження проблем формування та розвитку аграрних ринків відображені у наукових працях таких вчених, як В.Я. Амбросова, П.І. Гайдуцького, І.Г. Кириленка, Ю.С. Коваленка, П.М. Макаренка, М.Й. Маліка, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака та інших. Питання, пов'язані з дослідженням кон'юнктури аграрного ринку України, виявленням основних факторів впливу на кон'юнктуру, на сьогодні є недостатньо вивченими. Українські та російські дослідники присвятили цій галузі незначну кількість робіт. До того ж, їхні результати не мають системного характеру і не знаходять практичного застосування.

**Постановка завдання.** Проаналізувати фактори, які можуть впливати на зміни кон'юнктури ринку, дослідити природу їх прояву та виявити альтернативні способи їх стабілізації та контролю.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** 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 напрямками: 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, імпорتنі 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.

На рівні попиту розглядалися обсяги продажу, канали реалізації, експортні поставки, рівень товарності, самозабезпеченості та споживання, міст-

кість 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 переорієнтувати виробництво на задоволення потреб споживачів і одержання прибутку.

Інформацію про джерела і обсяги формування величини ринкового попиту та пропозиції на регіональному ринку плодоовочевої продукції у досліджуваному періоді надають інформація табл. 1.

Таблиця 1

**Кон'юнктура ринку овочів, плодів і ягід у Полтавській області**

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Овочі					
Попит, тис. т – всього	393,8	417,3	419,9	480,7	468,6
у т.ч.: споживання	204,6	252,1	257,2	294,9	290,0
передано на переробку	0,0	0,2	0,0	0,1	0,1
на корм	58,8	63,6	55,1	72,2	86,3
на посів	2,4	2,4	2,5	2,6	2,6
інша реалізація та витрати	128,0	99,0	105,1	110,9	89,6
Пропозиція, тис. т – всього	485,7	538,8	526,7	616,8	635,6
у т.ч.: запаси на початок року	92,6	90,7	97,6	95,3	123,8
виробництво	392,1	444,4	423,6	518,0	511,2
інші надходження	1,0	3,7	5,5	3,5	0,6
Запаси на кінець року, тис. т	90,7	97,6	95,3	123,8	157,4
Коефіцієнт ринкової кон'юнктури	0,811	0,774	0,797	0,779	0,737
Плоди та ягоди					
Попит, тис. т – всього	73,4	96,8	112,3	106,5	102,5
у т.ч.: споживання	49,0	74,3	74,4	77,5	80,8
передано на переробку	6,4	11,8	10,0	14,5	14,1
на корм	2,2	4,1	3,2	2,9	2,8
інша реалізація та витрати	15,8	6,6	24,7	11,6	4,8
Пропозиція, тис. т – всього	78,3	128,5	122,1	111,5	106,0
у т.ч.: запаси на початок року	6,6	9,5	17,7	13,7	12,7
виробництво	67,5	118,5	102,5	96,0	93,3
інші надходження	4,2	0,5	1,9	1,8	0,0
Запаси на кінець року, тис. т	9,5	17,7	13,7	12,7	12,4
Коефіцієнт ринкової кон'юнктури	0,937	0,753	0,920	0,955	0,967

*Розраховано за даними [2, 3].*

Ринковий попит на плодоовочеву продукцію у регіоні за досліджуваній 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 2008-2012 рр. попит на овочеву продукцію збільшився на 74,8 тис. т, або на 19,0%, яке, насамперед, було забезпечено ростом її споживання на 85,4 тис. т, (41,7%).

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 149,9 тис. т або 30,8% (80,2-83,9%%). При цьому основна частина пропозиції була представлена продукцією власного виробництва.

Що стосується попиту на фрукти, то за останні 5 років його приріст склав 29,1 тис. т, або 39,6%. При цьому його найбільше зростання мало місце за статтями споживання (31,8 тис. т, або 64,9%) та переробки (7,7 тис. т, або 120,3%). Формування пропозиції відбувалося також переважно продуктами регіонального виробництва (на 86,1-92,1%%).

Слід зазначити, що за досліджуваний період, обсяги пропозиції зросли у 2 рази. При цьому недостача вітчизняних фруктів компенсується зростанням обсягів плодово-ягідної продукції іноземних виробників.

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 2010-2012 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 та продукти її переробки. Проте, слід відрізнити «реальний» і «потенційний» попит [1, 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 населенням конкретних видів продукції та визначається їх нормативною потребою для виробництва.

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 значно перевищує її пропозицію в регіоні. 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 роздрібною 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).

Таблиця 2

### Динаміка споживання плодоовочевої продукції у Полтавській області

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до (+/-) 2008 р.	2012 р. у % до 2008 р.
Фонд споживання, тис. т	253,6	326,4	331,6	372,4	370,8	117,2	46,2
у т.ч. % до загальної пропозиції	43,9	56,5	57,4	64,5	50,0	6,1	13,9
Місткість ринку, тис. т	554,1	594,6	600,4	705,7	741,6	187,5	33,8
Рівень самозабезпечення ринку, %	95,4	94,3	96,7	97,2	97,8	2,4	2,5
Виробництво на 1 особу в рік, кг	291,9	361,5	339,2	400,8	504,7	212,8	72,9
Споживання на 1 особу в рік, кг	167,1	216,9	222,0	251,2	251,8	84,7	50,7
Рівень споживання у % до рівня виробництва	57,2	60,0	65,4	62,7	49,9	-7,3	x

Розраховано за даними [2, 3].

Фонд споживання плодоовочевої продукції за 2008-2012 рр. збільшився на 117,2 тис. т (46,2%), що зумовлено зростанням загальної місткості ринку

на 187,5 тис. т (33,8%). Рівень самозабезпечення ринку продукцією власного виробництва у 2012 р. зріс на 2,4% порівняно з 2008 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.

Від так, до фонду споживання овочів та фруктів включають свіжі, а також сушені, солоні, мариновані та інші продукти переробки. За останні 10 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 (рис. 1).

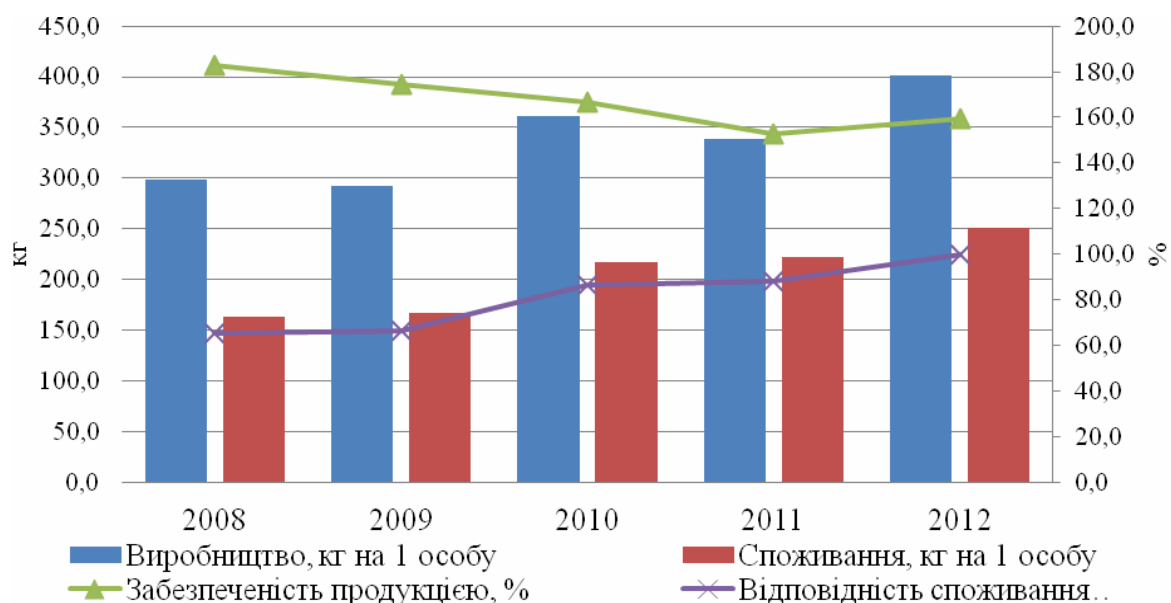


Рис. 1. Динаміка виробництва та споживання плодоовочевої продукції населенням Полтавської області

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 досліджуваному ринку. У цілому за аналізований період рівень споживання фруктів зростає (хоча становить лише дві третини від норми).

Регіональне виробництво овочів у 2008-2010 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 (диспропорція зростає): по овочах – на 2,5-3,5 кг, фруктах – 1,5-3,0 кг.

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 плодоово-

чевого ринку має орієнтуватись на споживачів міст, оскільки рівень їх самозабезпеченості є досить низьким. При чому, протягом 2006 – 2012 рр. саме за рахунок купівлі фруктів відбулось розширення споживання у міських і сільських домогосподарствах на 16,0 та 18,4 кг відповідно (рис. 2).

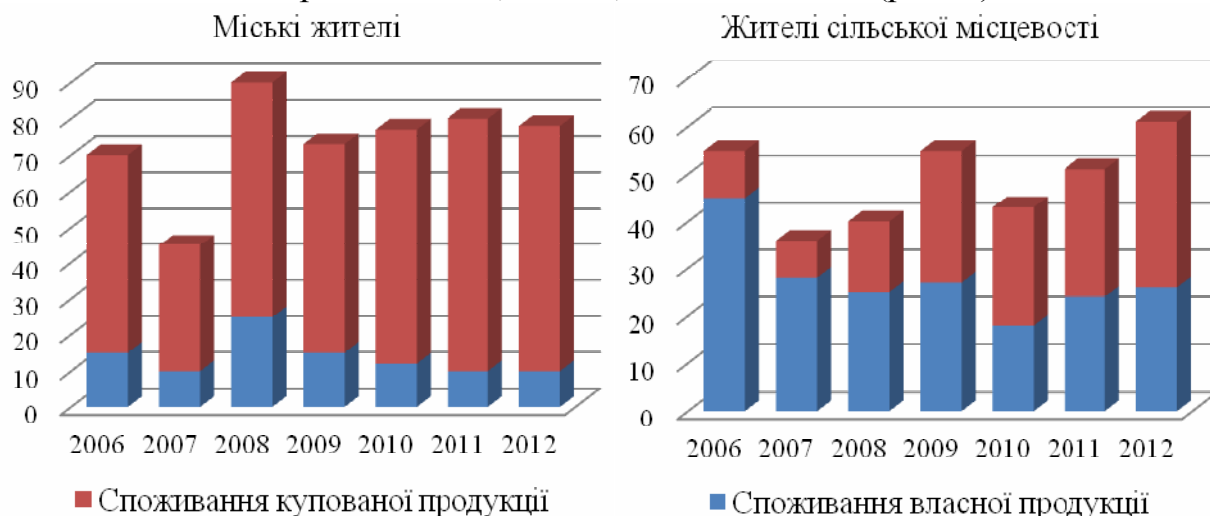


Рис. 2. Рівень споживання плодовоовочевої продукції за напрямками надходження, кг на 1 особу в рік

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 домогосподарствами.

Стримуючим фактором споживання плодовоовочевої 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 табл. 3.

Таблиця 3

**Результати опитувань мешканців Полтавської області у березні 2012 р. щодо можливостей споживання ними овочів та фруктів**

Запитання	Варіанти відповідей	Кількість респондентів, чол.			Структура, %		
		чоловіки	жінки	у цілому	чоловіки	жінки	у цілому
Чи дозволяє Ваш сімейний бюджет мати плодовоовочеву 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 коштів	17	84	101	11,0	56,0	67,0
	не люблю	14	6	20	9,0	4,0	13,0



Запитання	Варіанти відповідей	Кількість респондентів, чол.			Структура, %		
		чоловіки	жінки	у цілому	чоловіки	жінки	у цілому
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

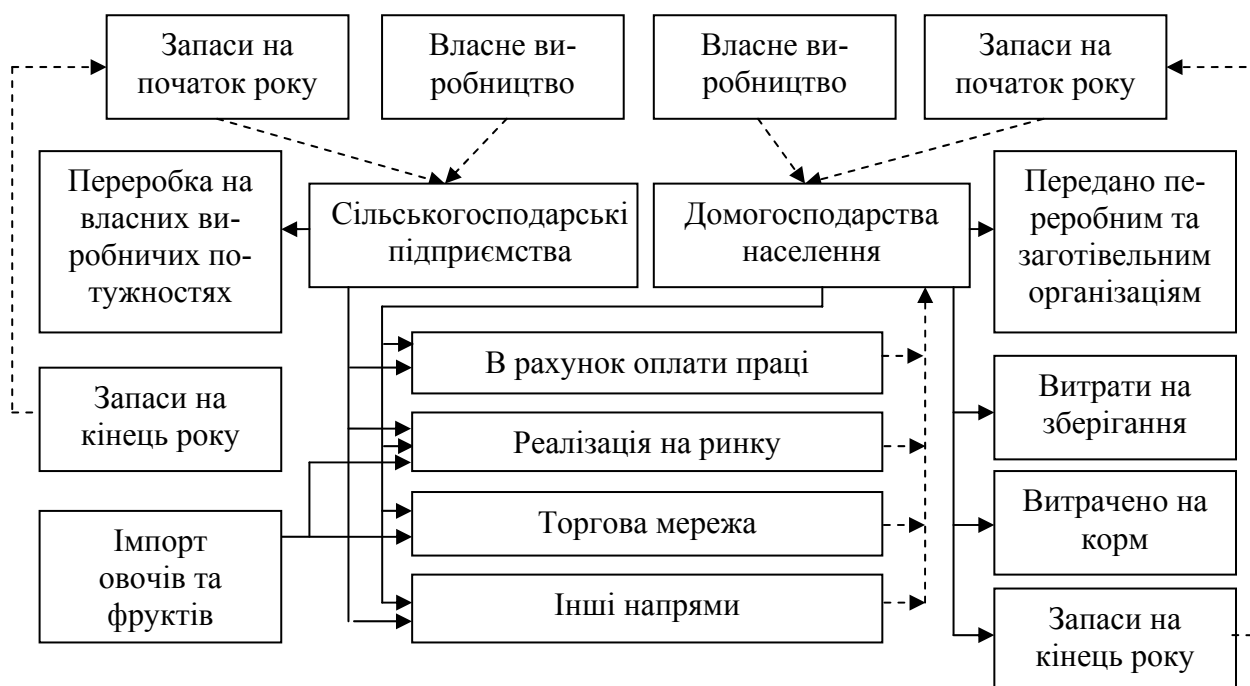
*Джерело: Власні дослідження*

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). З підвищенням розмірів доходів 58,0% опитаних стануть більше споживати овочів та фруктів. 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. Така різниця у розподілі пояснюється тим, що жінки приділяють більшу увагу раціону споживання з точки зору медичних рекомендацій.

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 вагомe місце.

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 [5, С. 140].

Досліджуючи механізм забезпечення населення в регіоні плодоовочевою продукцією (рис. 4), встановлено, що споживання овочів та фруктів населенням є широко диверсифікованим. При чому основна частка формування фонду споживання належить організації власного виробництва (особисте, присадибне, підсобне, садово-городнє). Крім того, при самозабезпечуючому характері виробництва досить значними за обсягами є запаси нереалізованої продукції.



**Об'єми споживання плодоовочевої продукції в Україні (Полтавській області) та країн Європейського Союзу, в розрахунку на одну особу за рік, кг**

Продукт	1990 р.	2000 р.	2012 р.	2012 р. у % до 1990 р.	2012 р. у % до 2000 р.	Рекомендовані норми	2012 р. до норми, %	Країни ЄС 2012 р.	ЄС 2012 р. до 2012 р., %
<b>Україна</b>									
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
<b>Полтавська область</b>									
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

Джерело: [2, 3] Розраховано на основі даних продовольчих балансів FAO (Food Balance Sheets)

Водночас, аналізуючи аналогічні показники споживання плодоовочевої продукції у Полтавській області у 2012 р. слід зазначити, що річне споживання овочів перевищує рівень 1990 р. на 81,0% і рівень 2000 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 2000 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 2015 р., які обґрунтовані вченими НАН України [6, с. 52] і розрахункові показники реально можливого платоспроможного попиту населення, нами здійснено прогноз потенційної місткості плодоовочевого ринку Полтавської області по основних видах продукції (табл. 5).

Таблиця 5

**Прогнозування потенційної місткості плодоовочевого ринку  
Полтавської області на 2015-2017 рр.**

Продукція	Фактичний обсяг 2012 р.			Прогноз обсягу споживання				Потенціал обсягів споживання для потреб жителів, 2017 р. до 2012 р.	
	Виробництво, тис. т	Споживання		2015 р.		2017 р.		тис. т	%
		всього, тис. т	на одну особу, кг	всього, тис. т	на одну особу, кг	всього, тис. т	на одну особу, кг		
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

Розраховано за даними [2, 3].

Аналіз даних табл. 5 показує, що потенціал зростання обсягів споживання плодоовочевої продукції в області є досить високим, зокрема, овочів – 137,9%, плодів та ягід – 216,6%.

**Висновки.** Таким чином результати проведеного аналізу є свідченням невідповідності сучасного рівня розвитку плодоовочевого ринку України вимогам часу. 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.

**Список використаних джерел:**

1. Дудар Т.Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи / Т.Г. Дудар, В.Т. Дудар. – Монографія – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 246 с.
2. Сільське господарство області у 2011 році: статистичний збірник / За ред. Л.М. Безхлібняк. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2012. – с. 269.
3. Сільське господарство області у 2012 році: статистичний збірник / За ред. Л.М. Безхлібняк. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2013. – с. 269.
4. 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.
5. 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.
6. Стешенко В. Демографічна перспективи України до 2026 року / В. Стешенко, О. Рудницький, О. Хомра, А. Стефановський. – К.: ІЕ НАН України, – 1999. – 56 с.

*Рецензент –к.е.н., доцент Зоря О.П.*