

Сидора В.В.

аспірант

Полтавської державної аграрної академії

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Стаття присвячена питанням розвитку маркетингу в овочівництві. Встановлено основні причини, що стримують розвиток галузі, які згруповано за двома основними напрямками, такими як виробництво та маркетингова діяльність. Розглянуто аспекти формування продовольчої безпеки України на основі оцінки рівнів виробництва і споживання. Виявлено, що у структурі витрат праці на 1 га овочів найбільшу питому вагу займають витрати на догляд за посівами і збирання урожаю. Встановлено трудомісткість окремих овочевих культур у розрізі агротехнічних робіт. Визначено концептуальні напрями розвитку галузі на перспективу, які потребують консолідованого розв'язання зусиллями органів державної влади, місцевого самоврядування, виробниками, науковцями та інвесторами з урахуванням особливостей регіонів України та рівня їх соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: маркетинг, продовольча безпека, овочівництво, споживання, інноваційний розвиток.

Статья посвящена вопросам развития маркетинга в овощеводстве. Установлены основные причины, сдерживающие развитие отрасли, которые сгруппированы по двум основным направлениям, таким как производство и маркетинговая деятельность. Рассмотрены аспекты формирования продовольственной безопасности Украины на основе оценки уровней производства и потребления. Выявлено, что в структуре затрат труда на 1 га овощей наибольший удельный вес занимают расходы на уход за посевами и сбор урожая. Установлена трудоемкость отдельных овощных культур в разрезе агротехнических работ. Определены концептуальные направления развития отрасли на перспективу, которые требуют консолидированного решения усилиями органов государственной власти, местного самоуправления, производителями, учеными и инвесторами с учетом особенностей регионов и уровня их социально-экономического развития.

Ключевые слова: маркетинг, продовольственная безопасность, овощеводство, потребление, инновационное развитие.

Постановка проблеми. Проблема забезпечення населення продуктами харчування з кожним роком набуває характеру глобального масштабу, і все більше зростають вимоги до задоволення людства вітамінною продукцією. За даними ФАО, більше половини населення земної кулі потерпає від нестачі вітамінів у їжі. У процесі пошуку шляхів успішного вирішення цього питання учені і виробники все більше уваги звертають на надзвичайно цінні сільськогосподарські культури – овочі.

Мета статті полягає у науково-теоретичному обґрунтуванні, уточненні наукових положень та розробленні практичних рекомендацій із формування маркетингу на овочевих підприємствах з урахуванням його сучасних тенденцій розвитку та особливостей аграрної сфери.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Овочівництво і баштанництво є однією з найважливіших галузей сільського господарства України, що здатна підтримувати достатній рівень здоров'я людини за рахунок цілодобового вживання свіжої та переробленої продукції, яка має високий дієтичний і лікувальний потенціал. Завдяки антиоксидантній дії овоче-баштанних рослин, їх високій урожайності порівняно

з іншими сільськогосподарськими культурами овочівництво останнім часом стає привабливим бізнесом в Україні. За такого підходу маркетингова діяльність в овочівництві передбачає виконання цілого ланцюга операцій, таких як обґрунтування необхідності ресурсів для виробництва кожного виду продукції, вибір каналу збуту, споживачів та встановлення між ними господарських зв'язків, контроль виконання договірних обов'язків, організація продажів овочевої продукції та їх стимулювання.

Овочівництво – складна і трудомістка галузь АПК, повноцінний розвиток якої стримується низкою причин, які можна згрупувати за двома основними напрямками, такими як формування пропозиції (виробництво) та управління попитом (маркетингова діяльність).

До проблем формування пропозиції належать:

– низький рівень агротехнологій під час вирощування овочевих культур унаслідок недостатнього ресурсного та технологічного забезпечення, зокрема, використання технологій, які адаптовані для окремих сортів і гібридів, точного висіву, касетної розсади, внесення мікродоз регуляторів росту та пестицидів. Проблема енергозбереження та ефектив-

ності виробництва вкрай актуальна, особливо з огляду на те, що порівняно з розвиненими країнами світу відзначається низький рівень продуктивності праці (не більше 10%). Крім того, вітчизняне овочівництво відзначається високою енергоємністю виробництва (у 5–6 разів вищою, ніж у країнах ЄС) внаслідок необрунтованого набору технологічних та енергетичних засобів за малого коефіцієнта корсного використання та високої частки освоєння природних енергоресурсів;

– невідповідність вітчизняної овочевої продукції європейським стандартам (європейські супермаркети реалізують лише продукцію, що має сертифікат якості та безпеки EuroGar. Сьогодні більшість вітчизняних виробників навіть не знають про його існування. Ті ж підприємства, що на практиці зіштовхнулися з цією перешкодою, поки що перебувають на етапі оцінки доцільності інвестицій у сертифікацію [1]);

До проблем управління поцесами задоволення попиту належать:

– відсутність необхідних потужностей для доробки і зберігання. Сьогодні в Україні функціонує 703 сховища загальною ємністю 1 млн. тонн для зберігання овочів. Крім того, $\frac{3}{4}$ сільгоспідприємств не мають відповідного обладнання з доробки та переробки овочів, що не дає їм змоги отримати додаткові прибутки, адже розфасовані овочеві культури можливо продати на 15–20% дорожче у супермаркетах. Майже відсутні цехи із заморозки. У подальшому запровадження заморожування та сушіння дасть змогу виробнику диверсифікувати канали збуту та подовжити термін реалізації овочевої продукції протягом року і підвищити рентабельність бізнесу. Внутрішній ринок овочів розвивається досить динамічно і стає більш цивілізованим, адже «погоду» на ньому диктують крупні оптові компанії, що мають власну інфраструктуру для заготівлі, переробки, транспортування, упаковки, зберігання і дистрибуції овочів та міжнародні і міжрегіональні роздрібні сітки;

– низький розвиток агрологістики та відсутність професійного брендингу [2]. Ця проблема має місце як на макро-, так і на мікрорівні. В усьому світі управління товаропотоками аграрної продукції є високоприбутковим бізнесом, який розвивається як через створення спеціалізованих підприємств, так і у складі великих торговельних компаній. Крім того, повною мірою не використовується природний та економічний потенціал регіонів щодо розширення постачання овочевої продукції та продуктів їх переробки у межах міжрегіонального обміну;

– у віддалених районах не функціонують закупівельно-заготівельні кооперативи, що має

прямий вплив на низьку товарність галузі (малі обсяги товарної продукції для оптового продажу та експорту внаслідок розпорошеності пропозиції по господарствах населення та недостатньої кількості сільгоспідприємств, які би постачали продукцію через маркетингові канали). Це має негативний вплив на ефективність формування та функціонування овочевого ринку на загальнодержавному та регіональному рівнях;

– відсутність ефективної інфраструктури. В Україні до цього часу не створено крупнооптової торгівлі через організовані продовольчі ринки, де гарантується збут продукції на економічно вигідних умовах. Внаслідок цього ланцюг «виробник – оптовик – роздрібний продавець – споживач» залишається перевантаженим великою кількістю суб'єктів господарювання. Для постачання багатьох видів овочевих культур на експорт потрібні серйозні інвестиції в інфраструктуру. З поглибленням ринкових процесів індивідуальний виробник овочевих культур фактично не здатний конкурувати з аграрними формуваннями, його продукція фактично «випадає» з активного економічного обігу, бо до цього часу не створено систему оптової торгівлі овочами через організовані оптові продовольчі ринки [3]. У результаті діє система стихійного продажу овочів, а зв'язок між виробником, оптовиком та роздрібним покупцем не має системного характеру. В овочівництві через диспаритет цін на промислові товари і овочеву продукцію виручка від реалізації не відшкодовує витрат у розмірах, необхідних для розширеного відтворення виробництва. Спостерігається закономірність, що на фоні збільшення обсягів виробництва до споживача не надходить необхідна кількість вітчизняного продукту через недостатній рівень розвитку інфраструктури овочевого ринку.

Щодо просування на ринок нових видів та сортів овочів існують дві стратегії – американська та європейська. Американська стратегія представляє собою чотириохгранну структуру, яка складається з product (продукту), place (місця), price (ціни) and promotion (просування). У європейській моделі додається ще і personal sales (персональні продажі). Українська ментальність більше тяжіє до європейської моделі. Вид персонального продажу (сусідам, знайомим) є надзвичайно розповсюдженим та ефективним в Україні.

Наявність усіх вищезазначених проблем не дає змоги повна використати природний і економічний потенціал країни щодо розвитку овочівництва до намічених обсягів, які гарантують стабільне наповнення продовольчого ринку якісною вітамінною продукцією за прийнятними для споживачів і виробників цінами та

дають змогу одночасно розширити постачання цієї продукції в інші країни світу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні у 2016 році площі, на яких вирощували овочеві і баштанні культури, в усіх категоріях господарств становили 520,7 тис. га. Загальний валовий збір становив 9,9 млн. т, що майже на рівні минулого року та на 59,7% більше рівня 2000 року (табл. 1).

Одне із пріоритетних стратегічних завдань в АПК – забезпечення здорового і безпечного харчування населення України дієтичною як свіжою, так і переробленою продукцією у повному обсязі згідно з медичними нормами. Стан здоров'я українців на сучасному етапі характеризується прогресуючим зниженням тривалості життя, суттєвим підвищенням рівня захворюваності, на що впливають, крім соціально-побутових умов, складні екологічні умови навколишнього середовища, характер харчування, умови праці і проживання. Здоров'я нації є важливим інтегральним показником цивілізованості країни та її соціально-економічного розвитку.

Збільшення виробництва високоякісної продукції було і залишається ключовим завданням для всього агропромислового комплексу України, про що свідчить галузева програма «Овочі України – 2020» [4]. Встановлено, що останніми роками за рахунок власного виробництва було забезпечено споживання овочевих культур на рівні 163 кг на душу населення (за медичної норми споживання 161 кг). Водночас відзначено, що виробляється одноманітна продукція, на овочевому ринку спостерігається звужений асортимент, повною мірою не задовольняється попит на малопоширені та зелені овочі. Аналіз статистичних даних дав змогу встановити, що, незважаючи на те, що норма споживання овочевих і баштанних культур забезпечується на 100%, за окремими культурами вона виконується недостатньо. Норма споживання

помідорів забезпечується на 85%, або 33,1 кг/люд. за норми споживання 29 кг/люд.; інших овочей – на 84,6%, або 23,7 кг/люд. за норми споживання 28 кг/люд.; гарбузів – на 72,7%, або 9,3 кг/люд. за норми споживання 12,8 кг/люд.; баклажанів – на 46,4%, або 1,3 кг/люд. за норми споживання 2,8 кг/люд., цибулі зеленої – лише на 21%, або 0,5 кг/люд. за норми споживання 2,4 кг/люд [5]. Загальні посівні площі становили 511,7 тис. га, у т. ч. під помідорами – 74,3 тис. га, або 14,5%, капустою – 68,6 тис. га (13,4%), цибулею ріпчастою – 54,8 тис. га (10,7%), огірками – 49,8 тис. га (9,7%), морквою – 43,1 тис. га (8,4%), буряками столовими – 39,3 тис. га (7,7%), іншими овочами – 111,6 тис. га (21,9%), у т. ч. гарбузами столовими – 25,9 тис. га (5%), кабачками – 26,9 тис. га (5,2%), баклажанами – 6 тис. га (1,2%), перцем солодким і гірким – 14,7 тис. га (2,8%), цибулею зеленою – 2,8 тис. га (0,5%) та продовольчими баштанними культурами – 70,2 тис. га (13,7%) (табл. 2).

Встановлено, що частка окремих культур у загальних валових зборах різна (помідори – 22,3%, капуста – 16,8%, цибуля ріпчаста – 10,2%, морква – 8,8%, буряки столові – 8,4% та баштанні продовольчі культури – 5,8%). Тобто пропозиція на овочевому ринку представлена в основному традиційними культурами борщового набору. Частка інших культур становить лише 18,2%, що явно недостатньо, адже в розвинених країнах світу цей показник може сягати 30–35%. До інших овочів належать кабачки, гарбузи, перець солодкий та гіркий, часник та інші зелені культури. Встановлено, що у 1990 році питома вага сільськогосподарських підприємств становила 73%, у 1995 – 27,3%, у 2000 – 16,9% у загальному валовому виробництві овочів. Сьогодні 85,9% овочів виробляється господарствами населення, 14,1% – крупнотоварними підприємствами (в т. ч. 3,2% – фермерськими господарствами) (табл. 3).

Таблиця 1

Динаміка валових зборів, посівних площ та рівня урожайності овочевих і баштанних культур в Україні

Роки	Валові збори, млн. т	Посівна площа, тис. га	Урожайність, т/га
2000	6,2	602,5	10,3
2010	7,6	534,2	14,3
2011	8,9	549,7	16,1
2012	10,5	585,9	17,9
2013	10,8	583,5	18,5
2014	11,1	579,3	19,2
2015	9,8	520,7	18,8
2016	9,9	511,7	19,5
2016 до 2015	101,0	98,3	103,7
2016 до 2000, разів	159,7	84,9	189,3

Джерело: дані Міністерства аграрної політики України «Моніторинг виробничо-фінансової діяльності підприємств і організацій АПК за 2016 рік», власні розрахунки

Таблиця 2

**Виробництво окремих видів овочевих і баштанних культур
в усіх категоріях господарств України, 2016 р.**

Культури	Урожай- ність, т/га	Посівна площа		Валовий збір	
		тис. га	частка культури у загальних площах посіву, %	тис. т	частка культури у загальному виробництві, %
Помідори	29,9	74,3	14,5	2229	22,3
Капуста	24,5	68,6	13,4	1683	16,8
Цибуля ріпчаста	18,4	54,8	10,7	1015	10,2
Огірки	18,9	49,8	9,7	949	9,5
Морква	20,3	43,1	8,4	877	8,8
Буряк столовий	21,4	39,3	7,7	842	8,4
Інші овочі	16,7	111,6	21,9	1820	18,2
Всього овочі відкр. і зах. ґрунту	21,1	441,5	86,3	9415	94,2
Продовольчі баштанні культури	8,3	70,2	13,7	583	5,8
Всього овоче-баштанних культур	19,5	511,7	100,0	9998	100

Джерело: дані Міністерства аграрної політики України «Моніторинг виробничо-фінансової діяльності підприємств і організацій АПК за 2016 рік», власні розрахунки

Таблиця 3

**Валове виробництво овочів і баштанних продовольчих культур
за категоріями господарств, тис. т**

Роки	Всі категорії господарств	Сільськогос- подарські підприємства	питома вага, %	у т. ч. фермерські господарства	питома вага, %	Господар- ства населення	питома вага, %
овочі з відкритого і захищеного ґрунту							
1990	6666,4	4872,1	73,08	0,4	–	1794,3	26,9
1995	5879,8	1607,1	27,33	27,4	0,5	4272,7	72,7
2000	5821,3	986,3	16,94	82,6	1,4	4835,0	83,1
2005	7595	1081	14,23	156,1	2,1	6514,3	85,8
2010	8122,4	964,6	11,88	211,9	2,6	7157,8	88,1
2011	9832,9	1540,5	15,67	384,3	3,9	8292,4	84,3
2012	10016,7	1433,9	14,32	346,8	3,5	8582,8	85,7
2013	9872,6	1158,7	11,74	307,3	3,1	8713,9	88,3
2014	9637,5	1340,3	13,91	327,8	3,4	8297,2	86,1
2015	9214	1281,7	13,91	282,5	3,1	7932,3	86,1
2016	9414,5	1322,9	14,05	298,4	3,2	8091,6	85,9
баштанні продовольчі культури							
1990	791,7	621,2	78,5	–	–	170,5	21,5
1995	497,1	403,0	81,1	27,4	5,5	94,1	18,9
2000	373	233,7	62,7	27,3	7,3	139,3	37,3
2005	310,5	50,3	16,2	17,1	5,5	260,2	83,8
2010	750,8	73,6	9,8	29,4	3,9	677,2	90,2
2011	729	68,5	9,4	26,4	3,6	660,5	90,6
2012	798,7	58,4	7,3	25,3	3,2	740,3	92,7
2013	795,3	64,8	8,1	34,3	4,3	730,5	91,9
2014	685,2	44,8	6,5	24,2	3,5	640,4	93,5
2015	578,1	64,1	11,1	29,9	5,2	514	88,9
2016	583,4	50,3	8,6	21,2	3,6	533,1	91,4

Джерело: дані Міністерства аграрної політики України «Моніторинг виробничо-фінансової діяльності підприємств і організацій АПК за 2016 рік», власні розрахунки

За окремими овочевими культурами цей показник ще менший: 13,5% капусти, 9,1% огірків, 7,6% буряків столових, 8,2% моркви, 10,7% цибулі ріпчастої, 7,3% часнику, 13,8% інших овочів та 6,5% баштанних продовольчих культур виробляється у сільськогосподарських підприємствах, що явно недостатньо для повноцінного впровадження інновацій у виробництво.

Рівень урожайності у сільськогосподарських підприємствах найвищий – 382,7 ц/га у 2016 році, у господарствах населення – 196,1 ц/га (табл. 4).

Рівень урожайності у 2016 році порівняно з 1990 роком зріс у сільськогосподарських підприємствах у 2,4 раза, у фермерських господарствах – у 4,1 раза, у господарствах населення – у 1,5 раза. Така тенденція зберігається і щодо 2000 року. Так, урожайність зросла у сільськогосподарських підприємствах у 4,3 раза, у фер-

мерських господарствах – у 3,9 раза, у господарствах населення – у 1,6 раза.

Дослідження рівня урожайності овочів в Україні дало змогу дійти висновку про те, що, незважаючи на позитивну динаміку, абсолютні значення цього показника все ще нижчі порівняно з іншими країнами світу (табл. 5).

Однією з ключових проблем розвитку овочевого ринку, на наш погляд, є стримування впровадження інновацій через елементарну відсутність достатньої кількості крупнотоварних сільськогосподарських підприємств. А причиною згорання крупнотоварного сектору, крім всього іншого, є високі витрати грошових та людських ресурсів на одиницю площі порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами. Адже виробництво овочевих культур характеризується багаторазовими зборами врожаю і зву-

Таблиця 4

Рівень урожайності овочевих і баштанних продовольчих культур за категоріями господарств

Роки	Всі категорії господарств	Сільськогосподарські підприємства	У т.ч. фермерські господарства	Господарства населення
овочі з відкритого і захищеного ґрунту				
1990	149,0	157,1	76,0	130,8
1995	120,2	82,9	64,2	144,6
2000	112,3	88,3	78,2	118,9
2005	157,1	154,5	136,5	157,4
2010	173,6	207,0	159,2	169,9
2011	195,0	280,5	237,5	184,6
2012	199,2	313,7	264,4	187,8
2013	199,9	312,3	288,2	190,8
2014	207,8	346,4	297,0	195,2
2015	206,1	363,4	316,3	192,6
2016	210,5	382,7	307,9	196,1
2016 до 1990, разів	1,4	2,4	4,1	1,5
2016 до 2000, разів	1,9	4,3	3,9	1,6
2016 до 2010, разів	1,2	1,8	1,9	1,2
баштанні продовольчі культури				
1990	70,9	65,9	–	98,7
1995	55,8	51,7	41,5	64,5
2000	44,4	37,6	36,0	64,2
2005	62,4	42,2	41,1	68,8
2010	91,7	73,8	68,0	94,2
2011	89,2	80,9	66,8	90,1
2012	99,0	72,1	67,8	102,0
2013	96,9	73,8	75,2	99,7
2014	88,7	65,4	57,2	90,9
2015	78,6	92,4	88,0	77,1
2016	83,1	102,0	83,0	81,6
2016 до 1990, разів	1,2	1,5	–	0,8
2016 до 2000, разів	1,9	2,7	2,3	1,3
2016 до 2010, разів	0,9	1,4	1,2	0,9

Джерело: дані Міністерства аграрної політики України «Моніторинг виробничо – фінансової діяльності підприємств і організацій АПК за 2016 рік», власні розрахунки

Таблиця 5

Урожайність та виробництво овочів і баштанних культур на одну особу

Країни світу	Урожайність овочів і баштанних культур, ц/га				Зміни 2015 р. щодо попередніх років, %		Споживання овочів на одну особу, кг		
	2000	2005	2010	2015	2000	2010	2000	2010	2015
США	269,6	279,3	298,3	265,4	98,4	89,0	132,0	123	121
Франція	187,7	186,4	189,5	226,0	73,9	119,3	147,0	132,0	93,0
Канада	210,1	213,2	228,7	240,6	114,5	105,2	80,0	66,0	86,0
Германія	302,1	284,8	352,3	290,5	96,2	82,5	47,0	34,0	38,0
Китай	188,5	195,8	192,7	191,5	101,6	99,4	321,0	329,0	343,0
Великобританія	236,9	232,4	223,1	210,7	88,9	94,4	46,3	63,0	48,0
Італія	272,1	241,9	272,1	263,7	96,9	96,9	285,0	250,0	286,0
Польща	230,4	240,6	244,5	231,2	100,3	94,6	148,0	139,0	156,0
Росія	133,6	141,1	157,4	167,3	125,2	106,3	109,0	116,0	119,0
Україна	102,8	152,0	167,0	195,6	190,3	117,1	101,7	143,5	160,8
Світ	165,9	176,5	196,9	225,6	136,0	114,6	96,9	135,6	142,9

Джерело: дані Міністерства аграрної політики України «Моніторинг виробничо-фінансової діяльності підприємств і організацій АПК за 2015 рік», власні розрахунки

женими строками збирання, продукція їх легко ушкоджується і погано транспортується. Так, на оброблення 1 га овочевих культур в середньому припадає 600–800 люд.-год.

Крім того, у структурі витрат праці на 1 га овочів найбільшу питому вагу займають витрати на догляд за посівами і збирання урожаю. Це пояснюється тим, що в овочівництві традиційно низький рівень механізації і високі витрати праці. Найбільш трудомісткими культурами в розрізі агротехнічних робіт є морква та томати: витрати праці на моркву становлять 809 люд.-год./га, що більше від капусти пізньої майже в 4 рази; на томати – 666 люд.-год./га. Збирання урожаю томатів проводиться вручну і декілька разів, що впливає на собівартість вирощеної продукції (табл. 6).

В умовах різкого зростання цін на енергетичні ресурси і матеріально-технічні засоби, а також за наявності труднощів зі збутом овочевої продукції можна передбачати, що на перехідний період збережеться тенденція до мінімізації обсягів і асортименту її виробництва. З розвитком ринкової економіки повинні здійснюватися значні технологічні та організаційні зміни в овочівництві. У перспективі необхідно віддавати перевагу тим технологіям, які забезпечують енерго- і ресурсозбереження, скорочують затрати живої праці та втрати продукції, запобігають забрудненню навколишнього середовища, підвищують родючість ґрунтів.

Серед критеріїв оцінки пріоритетності певних технологій вирішальне значення повинні мати 4 фактори, такі як насиченість ринку продуктами, вплив на ефективність виробництва, можливості економії ресурсів, екологічні наслідки. Економічну політику держави необхідно спрямувати на

підвищення ефективності використання виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств, зміцнення селянських (фермерських) господарств, забезпечення прогресивних структурних зрушень у виробництві сільськогосподарської продукції, реалізацію ефективних шляхів і засобів розв'язання соціальних проблем у селі.

Проблеми, що існують в овочівництві, потребують консолідованого розв'язання зусиллями органів державної влади, місцевого самоврядування, виробниками, науковцями та інвесторами з урахуванням особливостей регіонів України та рівня їх соціально-економічного розвитку. Основою підвищення врожайності і збільшення обсягів виробництва овочевих культур як у сільськогосподарських підприємствах, так і у господарствах населення стануть такі заходи, як:

- розширення площі вирощування овочів на зрошуваних землях із запровадженням систем краплинного зрошення;
- впровадження у виробництво високоврожайних, адаптованих до природно-кліматичних умов регіону сортів і гібридів овочевих культур, які мають лікувально-профілактичні та протекторні властивості, зовнішню привабливість, придатність до механізованого збирання та тривалого зберігання, інші ознаки конкурентоспроможної продукції;
- широке використання технологічних інновацій та систем машин нового покоління для овочівництва відкритого і закритого ґрунту;
- впровадження у виробництво інформаційних технологій;
- стимулювання на державному рівні виробництва екологічно чистих продуктів овочівництва на базі органічного землеробства, надання державної підтримки виробникам

Таблиця 6

Затрати праці в овочівництві за основними культурами, люд.-год./га

Показники затрат праці	на 1 га посіву
Капуста	
Основний обробіток ґрунту	1,80
Передпосівний обробіток ґрунту та сівба	3,99
Догляд за посівами	70,76
Збирання врожаю	144,57
Разом затрат праці	221,14
Огірок	
Основний обробіток ґрунту	2,32
Передпосівний обробіток ґрунту та сівба	1,48
Догляд за посівами	42,44
Збирання врожаю	510,18
Разом затрат праці	551,3
Томат	
Основний обробіток ґрунту	1,74
Передпосівний обробіток ґрунту та сівба	76,01
Догляд за посівами	44,37
Збирання врожаю	665,62
Разом затрат праці	785,95
Буряк столовий	
Основний обробіток ґрунту	1,89
Передпосівний обробіток ґрунту та сівба	3,71
Догляд за посівами	66,44
Збирання врожаю	432,26
Разом затрат праці	504,32
Морква столова	
Основний обробіток ґрунту	1,85
Передпосівний обробіток ґрунту та сівба	4,15
Догляд за посівами	157,95
Збирання врожаю	644,97
Разом затрат праці	808,94

Джерело: дані ХНТІСГ ім. Петра Василенка, Інституту овочівництва і багаторіччя НААН [6], власні розрахунки

насіння овочевих культур та компенсація частини вартості електроенергії і природного газу, використаних на зрошення та виробництво овочів закритого ґрунту;

– надання пільгових кредитів для створення нових і реконструкції наявних тепличних комплексів і овочесховищ;

– посилення контролю за якістю продукції на рівні обласних центрів шляхом створення інспекцій якості сільськогосподарської продукції при обласних адміністраціях та їх тісної співпраці з лабораторіями якості на регіональних ринках;

– проблема незбалансованості експорту України (в якому переважає продукція з низьким ступенем переробки) вимагає впровадження нових підходів до створення національної експортної політики, спрямованої на диверсифікацію експорту та збільшення в його структурі товарів з високою доданою вартістю;

– гармонізація національних стандартів із виробництва, зберігання, переробки та збуту овочевої продукції відповідно до міжнародних та європейських вимог;

– збільшення обсягів виробництва овочевої продукції на експортні цілі за європейськими стандартами;

– посилення контролю за якістю овочевої продукції на основі національних і міжнародних вимог шляхом удосконалення роботи екологічних та санітарних служб.

Висновки з проведеного дослідження. Процес розвитку економічних відносин між сільгоспвиробниками та організаційно-правовими формами ринкової інфраструктури стримується через низький рівень закупівлі овочів за прямими угодами, заготівельними і переробними підприємствами, комерційними структурами через біржову торгівлю, торгові доми, відсутність інтервенційних закупівель державними структурами тощо. Ефективний розвиток овочівництва у сучасних умовах можливий лише шляхом розвитку маркетингу в овочівництві, впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку галузі, постійного насичення інноваціями технологій вирощування, зберігання і реалізації овочів. Спеціалізовані великотоварні господарства мають значно більші переваги щодо вирішення цих питань перед дрібнотоварними виробниками. Зважаючи на це, необхідно посилити роботу щодо впровадження інновацій та ефективних маркетингових заходів у сільськогосподарських підприємствах.

Список використаних джерел:

1. Концепція органічного виробництва сільськогосподарської продукції в Україні /за ред. Я.М. Гадзало, А.С. Заришняката В.Ф. Камінського // – 2015. – К.: ННЦ «Інститут землеробства» НААН. – 2015 – К.: «ННЦ «Інститут землеробства НААН» – 42 с.
2. Писаренко В.В. Перспективи розвитку галузі овочівництва [текст] / В.В. Писаренко // Економіка АПК. – 2010. – № 7. – С. 39–42.
3. Сухий П.А. Сучасний стан і перспективи розвитку овочівництва в Україні [текст] / П.А. Сухий, М.Д. Заячук // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія: Географічні науки. – 2012. – Т. 25 (64), № 3. – С. 38–48.

4. Галузева програма «Овочі України – 2020» // С.І. Корнієнко, Т.К. Горова, В.П. Рудь та ін. / – Х.: «Плеяда» – 2016. – 65 с.

5. Концептуальні основи розвитку овочівництва та забезпечення продовольчої безпеки / С.І. Корнієнко, В.П. Рудь, О.О. Кіях, Л.А. Терьохіна // Міжвідомчий тематичний науковий збірник «Овочівництво і баштанництво» – 2012. – № 58. – С. 7–18.

6. Технологічні карти на вирощування сільськогосподарських культур // за ред. П.Т. Саблука, Д.І. Мазоренка, Г.Є. Мазнева // – К.: ННЦ ІАЕ – 402 с.

Sydora V.V.

THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF MARKETING IN THE MARKET FOR VEGETABLE PRODUCTION

The article is devoted to the development of marketing in vegetable production. The main reasons constraining development of the industry, which is divided into two main areas – production and marketing activities. The aspects of formation of food security of Ukraine on the basis of an assessment of the levels of production and consumption are considered. It is revealed that the structure of labour costs per 1 ha of vegetables, the largest share is spent on cropping and harvesting. The author aims to reveal problems of development of vegetable growing and to plan ways of their decision, to consider aspects of the formation of food security of Ukraine based on the assessment of levels of production and consumption and identify areas for the development in the sector. The article presents the analytical material on the development of vegetable production in selected countries of the world. The article provides in the dynamics data for the production of vegetables. The analysis of consumption of individual kinds of vegetables for one person is done. The causes hindering the development of vegetable production in agricultural enterprises are identified.

The author cites the cost of labour for individual vegetable crops on operations during the production period.

The author determines the ways of effective development of vegetable production on the basis of innovation and results in the main directions of development of vegetable growing in the future.

It is established that for the effective development of vegetable growing in modern conditions it is necessary to implement innovative-investment model of development of the industry, the constant saturation of innovation technologies of growing, storage and marketing of vegetables. Specialized large-scale farms have a significantly large advantage with respect to these issues before finely commodity producers. Given this, it is necessary to strengthen work on innovation in agricultural enterprises.

Key words: marketing, food safety, vegetable production, consumption, innovative development.